

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA KOTA PEKANBARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM WISATA HALAL DI
KOTA PEKANBARU**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

BRYAN ADAM
NIM. 11643102682

**JURUSAN ILMUKOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

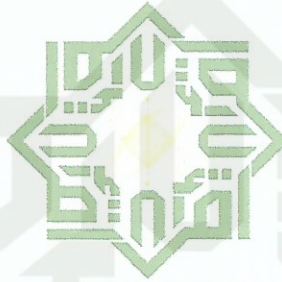
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN
PARIWISATA KOTA PEKANBARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM WISATA HALAL DI
KOTA PEKANBARU**



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 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

BRYAN ADAM
NIM.11643102682

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

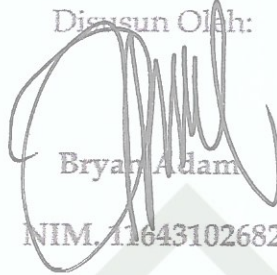
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 satu 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.

Acc
29-11-2021
Syafiq

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN
DAN PARIWISATA KOTA PEKANBARU DALAM
MENSOSIALISASIKAN PROGRAM WISATA HALAL
DI KOTA PEKANBARU

Disusun Oleh:



Bryan Adam

NIM. 11643102682

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 29 Mei 2021.

Pembimbing,



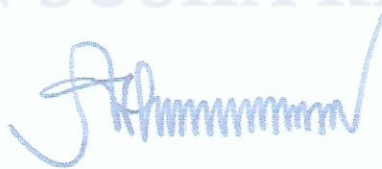
Mardiah Rubani, M.Si

NIP. 197903022007012023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

UIN SUSKA RIAU



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

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Bryan Adam
NIM : 11643102682
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada, Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 7 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Juli 2021



Dr. Inton Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 197101122 200701 1 016

Sekretaris/ Penguji II,

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

Penguji III,

Musfiady, S.Sos, M.Si
NIP.19721201 20003 1 003

Penguji IV,

Mustafa, M.IKom
NIK. 130 417 024



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
3. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
4. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
5. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
6. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
7. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
8. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
9. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.
10. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk keperluan lain.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Bryan Adam

Nim : 11643102682

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini yang berjudul: **"Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru"** adalah benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 19 Juli 2021
 Yang Membuat Pernyataan,



Bryan Adam
 Nim. 11643102682

UIN SUSKA RIAU

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

Pekanbaru, 29 Mei 2021

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan
sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Bryan Adam
NIM : 11643102682
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Kota Pekanbaru
dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota
Pekanbaru

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

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

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak,
diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,



Mardiah Rubani, M.Si
NIP. 197903022007012023

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 : Bryan Adam
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru

Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Wisata halal merupakan suatu model wisata yang mana selalu mengedepankan nilai-nilai Islami dalam objek wisatanya. Wisata halal termasuk bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Untuk mensosialisasikan program wisata halal di Kota Pekanbaru, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru harus memiliki strategi komunikasi yang tepat, sejak dari perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi, untuk menapai suatu tujuan, yakni pengembangan sektor wisata halal. Dengan adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu menggambarkan fenomena berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru sedangkan objeknya adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program wisata halal sudah berjalan baik.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Wisata Halal, Sosialisasi.



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.

ABSTRACT

Name : Bryan Adam
Department : Communication
Title : Communication Strategy of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office in Socializing the Halal Tourism Program in Pekanbaru City

Communication strategy is the best combination of all communication elements from communicator, message, channel (media), receiver to influence (effect) which is designed to achieve optimal communication goals. Halal tourism is a tourism model which always prioritizes Islamic values in its tourism objects. Halal tourism is part of the tourism industry that serves tourists in halal tourism with Islamic rules. To socialize the halal tourism program in Pekanbaru City, the Pekanbaru City Culture and Tourism Office must have the right communication strategy, from planning, implementation, to evaluation, to achieve a goal, namely the development of the halal tourism sector. With this research aims to see how how the Communication Strategy of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office in Socializing the Halal Tourism Program in Pekanbaru City. This study uses a qualitative method, which describes the phenomenon based on the results of interviews, observations, and documentation. The subjects of this study are employees of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office, while the object is the communication strategy carried out by the Pekanbaru City Culture and Tourism Office in disseminating the Halal Tourism Program in Pekanbaru City. Based on the results of this study, it can be shown that the communication strategy in socializing the halal tourism program has gone well.

Keywords: Communication Strategy, Halal Tourism, Socialization.

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



Alhamdulillah, segala kata tulus sebagai puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Shalawat beriring salam selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru”, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Bangsawan dan Ibu Nur Baiti atas jerih payah, do’a dan dukungan yang telah diberikan yang tak mungkin terbalaskan, untuk ayah Safaruddin dan mak Ida atas motivasi dan dukungan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu, terima kasih.

1. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M. Ag selaku PLT Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA., Dr. H. Kusnadi, M. Pd., Drs. H. Promadi, MA., Ph. D., selaku Wakil Rektor I, II, III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki M.Ag, Dr. Toni Hartono M.Si dan Dr. Azmi M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos M.Si selaku Sektretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Mardiah Rubani M.Si selaku pembimbing. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan.
7. Ibu Dra. Atjih Sukaesih M.Si selaku penasehat akademik. Terimakasih bimbingan dan motivasi yang di berikan.

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.

8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis kedepannya.
9. Bapak Dr. H. Nurfaisal. M.pd; bapak Ardiansyah eka putra, Msi; bapak Moh. Genta Bawana Mazda, SE; ibu Pita Marti; dan staff-staff pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru yang telah membantu dan memberi arahan selama melaksanakan penelitian skripsi.
10. Teman-teman terbaikku, Abdi Nurwendy, David Veriansyah, Deri Okfa Rizki, Kadek, Heru Saembara, Muhammad Arif dan Candra Aji. Riski Ramadhani. Terimakasih sudah menemani penulis beberapa tahun ini. Semoga kita sukses dan membahagiakan orangtua kita.
11. Teman seperjuangan dari ILKOM A dan PR A yang sama-sama berjuang untuk hidup ini. Semangat. Terima kasih atas semua perkataan dan perbuatan yang menghasilkan berbagai macam kenangan.

Pekanbaru, 11 April 2021

Bryan Adam

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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teori Komunikasi	15
2.2.2 Strategi Komunikasi	19
2.2.3 Sosialisasi	32
2.2.4 Wisata Halal	35
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Konsep Operasional.....	37
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

3.3 Sumber Data	47
3.4 Informan Penelitian	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Validasi Data	50
3.7 Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV	52
GAMBARAN UMUM	52
4.1 Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru	52
4.2 Visi dan Misi Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru .	52
4.3 Susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.....	58
BAB V	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
5.1 Hasil Penelitian.....	60
5.2 Pembahasan.....	68
BAB VI.....	74
PENUTUP.....	74
6.1 Kesimpulan.....	74
6.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
DAFTAR LAMPIRAN.....	65

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 GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru	59
Gambar 5.1 Wisata Halal Sangat Berperan Dikembangkan di Kota Pekanbaru	63
Gambar 5.2 Tempat Wisata Halal di Kota Pekanbaru	64



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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, multidisiplin, multi dimensi, dan multisektoral yang melibatkan sktor pemerintah, *stakeholder*, serta masyarakat.¹ Pariwisata salah satu sektor industry yang berkembang sangat pesat dan menjadi sektor pendukung perekonomian dunia secara global. Wisata adalah sebuah perjalanan dimana seseorang dalam perjalanan singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali lagi ke tempat asal dimana ia mulai melakukan perjalanan.² Dewasa ini, wisata menjadi kebutuhan hampir setiap manusia sebagai bentuk aktualisasi diri untuk menambah pengalaman, pengetahuan baru, serta menghilangkan kepenatan rutinitas sehari-hari.

Industri pariwisata merupakan sektor ekonomi utama di Indonesia yang berkontribusi pada devisa negara dan berada di peringkat kedua setelah CPO (*Crude Palm Oil*) atau kelapa Sawit. Pada tahun 2020, sektor pariwisata bahkan memproyeksikan akan menjadi kontributor terbesar bagi penerimaan devisa negara di Indonesia. Seiring dengan perkembangan industri pariwisata, tren pertumbuhan pasar pariwisata halal dunia pun terus meningkat.³

Begitu juga dengan Pemerintah Kota Pekanbaru mulai mengandalkan sektor pariwisata, khususnya wisata halal untuk menjadi kontributor utama dalam pendapatan asli daerah (PAD). Hal tersebut karena melihat trend pendapatan dari sektor pariwisata terus meningkat.

Pemerintah Kota Pekanbaru juga telah menandatangani nota kesepahaman bersama Kementrian Pariwisata untuk menjadikan pekanbaru sebagai destinasi wisata halal, kuliner, ritel dan perjalanan untuk bisa

¹ Anismar, "Prospek Perkembangan Pariwisata religious di Aceh," Jurnal Komunikasi Global USK 1. no. 2 (Desember 2012): 4.

² Anismar, "Prospek Pengembangan," 6.

³ Tria Patrianti dan Rizanto Binol, "Public realtions & Messaging Development: Pengembangan Pesan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Perspektif Public Relations," Jurnal Perspektif Komunikasi 3. no.1 (Juni 2019): 15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menerapkan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) sebagai parameter kualitas wisata halal.

Selain itu indikator-indikator utama yang dibutuhkan dalam menyajikan wisata halal untuk wisatawan muslim mancanegara. Yakni, pelayanan serta cara mendapatkan makanan halal, fasilitas beribadah yang mudah, serta kawasan wisata terbuka yang ramah muslim.⁴

Seiring berkembangnya zaman, saat ini ini telah terjadi evolusi dalam bidang pariwisata menjadi pariwisata syariah atau dapat juga disebut wisata halal. Saat ini *trend* wisata halal sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Wisata halal diapandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islami.⁵

Wisata halal ini sudah mulai diterapkan di beberapa negara di dunia, seperti yang dikatakan oleh Kementerian Pariwisata (KEMENPAR) Republik Indonesia bahwasanya beberapa negara yang telah menerapkan wisata halal dengan membenahi diri dari segi kehalalan penyajiannya antara lain: Malaysia, Singapura, Thailand, Filipina, Vietnam, Korea Selatan, Jepang, Taiwan, India, Sri Lanka, Australia, Selandia Baru, Inggris, Belanda, Spanyol, Rusia, Jerman, Polandia, Swiss, Amerika Serikat, Kolombia dan Brazil. Negara-negara tersebut merupakan anggota *Halal Assurance System*, *Halal Certifier Bodies* dan *World Halal Food Council*. Negara-negara tersebut telah lebih dahulu menerapkan wisata halal, dengan berbagai macam nama. Nama yang mereka gunakan seperti *Islamic Tourism*, *Halal Tourism*, *Halal Travel* ataupun *as Moeslem Friendly Destinations*. Indonesia juga memiliki potensi yang sangat besar untuk menerapkan destinasi wisata syariah. Penerapan wisata halal pada dunia internasional ini tidak terlepas

⁴“Pekanbaru Andalkan Wisata Halal Jadi Penopang Pendapatan, ” REPUBLIKA.co.id, diakses pada 27 April, 2020 , <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/ppp0bz384/pekanbaru-andalkan-wisata-halal-jadi-penopang-pendapatan>.

⁵ Arif Ramdan Sulaeman, “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar dan Sabang,” Jurnal Al-Bayan 25. no.1 (Januari-Juni 2019): 94.

dari banyaknya wisatwan muslim yang berwisata keluar negaranya yang dipegaruhi oleh faktor banyaknya publikasi dan sosialisasi pariwisata halal melauai intenet.

Sedangkan pelaksanaan wisata halal di Indonesia sebenarnya sudah terlaksana sejak era kepemimpinan Prsiden Susilo Bambang Yudhoyono, seperti yang dikatakan oleh KEMENPAR bahwasanya Presiden SBY yang mendorong dan memberikan dukungan terhadap pengembangan wisata halal di Indonesia karena Indonesia mampu menjadi pusat ekonomi syariah yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam kondisi sekarang ini.Indonesia juga memiliki modal dasar yang lebih baik disbanding negara lain dengan populasi muslim terbesar di dunia, sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Dengan mengangkat branding “*Wonderfull Indonesia*” menggambarkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang beragam dan menarik dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai tujuan utama wisatwan muslim mananegara.⁶

Wisata halal termasuk bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya, hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita. Selain hotel, transportasi dalm industri pariwisata juga memakai konsep Islami.

Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatwan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Kemudahan ini bias berupa penyediaan tempat salat di dalam pesawat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun azan jika telah memasuki waktu salat selain itu,

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 satu 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.

⁶ Humaira Affaza, “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Mempromosikan Wisata Halal” (UIN AR-RANIRY BANDA ACEH, 2018), 3-4.

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.

tentunya tidak ada makanan atau minuman yang mengandung alkohol dan adanya hiburan Islami selama perjalanan.⁷

Wisata halal yang saat ini digalakkan oleh pemerintah Kota Pekanbaru secara umum mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Pekanbaru yang terletak di jantung ibu kota Propinsi Riau memiliki potensi yang sangat besar jika wisata halal tersebut betul-betul dikembangkan. Mengingat Pekanbaru yang sangat strategis dan berhubungan langsung dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura, bahkan akses transportasi seperti bandara Sultan Syarif Kasim (SSK) II Pekanbaru tidak perlu diragukan lagi.

Dengan adanya wisata halal dan menonjolkan sesuatu yang bernuansa Islami, maka Pekanbaru dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan atau pelancong untuk berkunjung, dan yang tak kalah penting wisata halal akan menjadi kontributor dalam pendapatan asli daerah (PAD).⁸

Pekanbaru merupakan penduduk yang mayoritas Muslim dan Budaya Melayunya sangat kental, maka sangat berpotensi untuk dikembangkan wisata halal, maka Kota Pekanbaru perlu menonjolkan sesuatu yang Islami. Misalnya dari segi kuliner, dimana wisatawan yang datang tidak perlu lagi khawatir adanya makanan-makanan yang tidak halal. Selain itu, perlu peran serta pelaku usaha dalam hal ini pihak hotel di Pekanbaru untuk mendukung program pemerintah dalam mengembangkan wisata halal. Serta fasilitas-fasilitas penunjang lainnya diharapkan dapat menggambarkan keislaman, seperti hotel yang harus ada Musholla, dikamarnya-kamarnya juga harus diletakkan perlengkapan salat seperti kain sarung, mukenah, Al-quran dan sajadah.

Dalam pengembangan wisata halal di Kota Pekanbaru, Pemerintah Kota Pekanbaru telah menjalin kerjasama dengan Yayasan Riau Edukasi. Kesepakatan kerjasama bertajuk Sumatera Halal *Destination and Investmen*

⁷ Arif Ramdan Sulaeman, "Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar dan Sabang," Jurnal Al-Bayan 25. no.1 (Januari-Juni 2019): 99-100.

⁸ "Wisata Halal Sangat Berpotensi di Kembangkan di Kota Pekanbaru," PEKANBARU.GO.ID, diakses 27 April, 2020, <https://pekanbaru.go.id/p/news/wisata-halal-sangat-berpotensi-dikembangkan-di-kota-pekanbaru>.

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.

Promotions Centre (SUMEC). Kerja sama ini adalah tindak lanjut Kota Pekanbaru untuk mejadi tujuan wisata halal di Sumatera.

Kerjasama ini merupakan upaya meningkatkan dalam pengelolaan pariwisata. Dengan adanya kerjasama ini maka percepatan dalam mengembangkan sektor wisata, khususnya wisata halal di Kota Pekanbaru.⁹

Wisata halal, bukan bertujuan atau bermaksud untuk mengkotak-kotakkan muslim dan nonmuslim. Wisata halal merupakan implementasi kota metropolitan yang madani, hal inipun dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat Pekanbaru. Produk-produk halal yang dilahirkan ini diharap bisa melahirkan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan yang berkunjung.

Masjid Agung An-Nur merupakan salah satu destinasi wisata halal yang ada di Pekanbaru. Masjid yang dibangun pada tahun 1963 silam yang prosesnya memakan waktu kurang lebih lima tahun hingga tahun 1968. Mesjid ini merupakan salah satu masjid termegah di Indonesia. Jika dilihat dari sisi bangunannya, gaya arsitek yang diadaptasi oleh masjid ini adalah paduan antara Melayu, Turki, Arab, dan India.

Masjid Agung An-Nur seringkali disebut-sebut sebagai Taj Mahal-nya Indonesia karena kemiripan yang nampak dari segi arsitekturnya. Masjid ini berukuran 50x50 meter didesain oleh Ir. Roseno di atas pekarangan seluas 400x200 meter.

Masjid ini mampu menampung sekitar 4.500 orang jemaah yang terdiri dari tiga tingkat. Uniknya, ibadah tidak dilakukan di lantai bawah, melainkan di lantai atas. Lantai bawah digunakan sebagai ruang pertemuan dan kantor.¹⁰

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru merupakan sebuah instansi Pemerintah yang memberikan informasi wisata yang sesuai dengan keinginan Pemerintah untuk memajukan industri pariwisata dan

⁹ “Jadikan Pekanbaru Tujuan Wisata Halal, Pemko Pekanbaru Kerjasama dengan Yayasan Riau Edukasi,” *Tribun Pekanbaru.com*, diakses pada 28 April, 2020, <https://pekanbaru.tribunnews.com/2019/09/12/jadikan-pekanbaru-tujuan-wisata-halal-pemko-pekanbaru-kerjasama-dengan-yayasan-riau-edukasi>.

¹⁰ “Tiga Tempat Wisata Halal Terbaru di Pekanbaru,” *Riau Aktual*, di akses pada 28 april, 2020, <https://m.riauaktual/news/detail/53834/3-tempat-wisata-halal-terbaru-di-pekanbaru.html>

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.

mengembangkan wisata Kota Pekanbaru. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru memiliki tugas-tugas pokok¹¹, yakni:

1. Melaksanakan kebijakan nasional dan propinsi dan penetapan serta pelaksanaan kebijakan pemerintah kota dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan dan pariwisata;
2. Melakukan pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang kebudayaan dan pariwisata;
3. Merumuskan kebijakan teknis bidang kebudayaan dan pariwisata; dan
4. Melaksanakan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Mengamati tugas-tugas pokok diatas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan sektor Pariwisata Kota Pekanbaru. Pada hakikatnya industri pariwisata adalah indutri yang mengutamakan jasa. Oleh karena itu, sangat penting untuk megembangkan sektor pariwisata karena selain mampu beradaptasi dengan lingkungan, pariwisata juga menjanjikan keuntungan yang besar dan perkembangan sektor pariwisata dapat dilakukan dengan kegiatan sosialisasi, yaitu suatu upaya untuk menginformasikan sesuatu hal,dengan tujuan agara khalayak *internal* dan *eksternal* menegetahui informasi yang seharusnya diketahui khalayaknya. Dengan adanya sosialisasi, komunikator mengharapkan kenaikan angka pengetahuan informasi yang berkembang lebih meningkat.¹²

Pelaksanaan program wisata halal di Kota Pekanbaru membutuhkan dukungan dari semua pihak, baik pemerintah, pengusaha, organisasi, maupun masyarakat. Untuk itu, Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Pekanbaru harus melakukan strategi komunikasi dalam mensosialisasikan wisata yang

¹¹Roby Desman Indra Saputra,” *Strategi Kepariwisataan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru*,” 3.

¹²Agus Simbara, “*Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Penyengat*,” (Pekanbaru: FISIP UR,2013), 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.

ada dan berperan aktif dalam menginformasikan segala bentuk perkembangan wisata Kota Pekanbaru kepada publik *internal* maupun *eksternal*.¹³

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan kota Pekanbaru yang di kelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Pada tahun 2018, jumlah wisatawan manca negara yang mengunjungi kota Pekanbaru mencapai 680.443 orang. Saat ini di Pekanbaru terdapat sekitar 223 hotel dan 112 biro perjalanan.¹⁴

Dengan adanya perkembangan sektor pariwisata maka tidak lepas dari adanya sosialisasi yang optimal guna untuk publikasi. Diharapkan dengan adanya sosialisasi perkembangan sektor pariwisata di Kota Pekanbaru maka, dapat lebih mudah mengarahkan kepada pola destinasi wisata halal. Karena dengan adanya pola destinasi halal maka akan hidup sektor pariwisatanya tanpa menghilangkan nilai adat istiadatnya.

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program Wisata Halal di Kota Pekanbaru. Atas pertimbangan logis tersebut, peneliti tertarik membahasnya dalam kajian ilmiah dengan judul “**Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal Di Kota Pekanbaru**”.

1.2 Penegasan Istilah

1.2.1 Strategi Komunikasi

Middleton menyatakan, Strategi Komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

¹³ Hasil wawancara Pra Riset dengan Genta Kepala Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Penbaru, 25 Januari, 2020.

¹⁴ Hasil wawancara Pra Riset dengan Burman Kepala Bidang Destinasi dan Industri Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Penbaru, 25 Januari, 2020.

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.

Rogers memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.¹⁵

Penetapan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam setiap program komunikasi. Sebab jika penetapan strategi salah atau keliru maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan bisa gagal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.

1.2.2 Sosialisasi

Charles R. Wright mengatakan bahwa, sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan (sampai tingkat tertentu) norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang-orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan lain.¹⁶

Sosialisasi program adalah proses mengkomunikasikan program-program pemerintah kepada warga masyarakat, dengan tujuan untuk memberi pengenalan dan penghayatan dalam lingkungan tertentu.¹⁷ Sosialisasi dalam hal ini bertujuan untuk menyampaikan program pemerintah kepada pelaku pariwisata.

1.2.3 Program Wisata Halal

Konsep mengenai wisata yang mengacu pada syariat Islam dan kawasan pariwisata yang disesuaikan dengan adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah dari segi segala aspek, dalam hal kebersihan, kerapian dan kemudahan yang dikelola oleh pelaku pariwisata. Jadi, Destinasi halal dalam hal ini dikaji dalam program yang telah dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.¹⁸

¹⁵Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 61.

¹⁶ Sutaryo, *Dasar-dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), 156.

¹⁷ Widjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2008), 123.

¹⁸ Destinasi halal artinya daerah yang memiliki cakupan wisatanya yang halal.

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.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah penulis kemukakan pada latar belakang masalah, maka kajian pokok yang akan penulis teliti adalah “Bagaiman Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal Di Kota Pekanbaru ?”

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**1.4.1 Tujuan Penelitian**

Mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

- a. Manfaat teoritis,memperkaya khazanah kajian ilmu komunikasi tentang sosialisasi.
- b. Manfaat praktis, penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal di Kota Pekanbaru.

1.5 Sistematika Penulisan**BAB I :PENDAHULUAN**

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah,Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II :KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Kajian Teori, Kajian Terdahulu, Kerangka Pikir, dan Konsep Operasional.

BAB III :METODE PENELITIAN

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian,

Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validasi Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV

:GAMBARAN UMUM (SUBJEK PENELITIAN)

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Visi-Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Program Destinasi Halal, Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

BAB V

:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB VI

:PENUTUP

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Kesimpulan dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan tujuh penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Strategi komunikasi Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zakirah, Mohd Arif, Rahmat Saleh¹⁹ dengan judul “*Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata*”. Pada penelitian tersebut memakai teori strategi Humas yang hampir sama dengan teori strategi yang dipakai oleh penulis. Perbedaan antara penulis dengan penelitian tersebut adalah dari segi objek yang diteliti, penulis lebih mengkaji tentang wisata halal dan lebih kepada bagaimana strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program wisata halal yang dilakukan, sedangkan pada penelitian terdahulu lebih mengkaji strategi humas atau bagaimana humas berperan menjalankan fungsinya.
2. Penelitian yang dilakukan Isyah Aniha, Imam Khairul²⁰, dengan judul “*Peran Strategis Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengoptimalkan Pariwisata Halal Di Kota Solo*”. Terdapat kesamaan objek pada penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang wisata halal, namun yang membedakan diantara keduanya adalah, jika pada penelitian tersebut mengkaji tentang peran strategis dalam mengoptimalkan pariwisata halal maka penulis mengkaji tentang bagaiman komunikasi strategis dalam mensosialisasikan program wisata halal.

¹⁹ Zakirah, Arif, dan Saleh, “*Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata*,” 46.

²⁰ Isyah Aniha, “*Peran Strategis Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengoptimalkan Pariwisata Halal Di Kota Solo*” (IAIN SURAKARTA, 2017), 1-10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Penelitian yang dilakukan oleh Humaira Affaza²¹ dengan judul penelitian, "*Strategi komunikasi pemerintah banda aceh dalam mempromosikan wisata halal.*" Tujuan penelitian ini adalah supaya mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah kota banda aceh dalam mempromosikan wisata halal dan apa saja hambatan yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu meneliti secara mendalam dengan teknik pengumpulan data seperti observasi langsung kelapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Diana Juwita, Siti Chotijah, Arifudin Sahidu²² dengan judul penelitian, "*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Lombok Sumbawa Tahun 2016-2017.*" Terdapat kesamaan yakni definisi strategi komunikasi pada penelitian, namun yang membedakannya adalah pada focus penelitiannya pada penelitian tersebut lebih kepada upaya peningkatan wisatawan sedangkan penulis lebih focus kepada sosialisasi yang dilakukan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh M.Anzis²³ dengan judul, "*Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Sumatera Barat Dalam Mengembangkan Wisata Halal.*" Kesamaan yang dimiliki dengan penulis adalah adanya penggunaan strategi komunikasi, sedangkan yang membedakannya adalah tujuan dari strategi komunikasi tersebut. Pada penelitian yang dilakukan penulis lebih kepada strategi komunikasi yang dilakukan, sedangkan pada penelitian sebelumnya lebih kepada strategi pengembangan yang dilakukan.

²¹ Humaira Affaza, "*Strategi komunikasi pemerintah banda aceh dalam mempromosikan wisata halal*" (UIN AR-RANIRY Banda Aceh, 2018), 3.

²² Juwita, Chotijah, Sahidu, "*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Lombok Sumbawa Tahun 2016-2017,*" 35

²³ M.Anzis, "*Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Sumatera Barat Dalam Mengembangkan Wisata Halal*" (UIN Suska Riau, 2018), 7.

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.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Firdaus Fadhli²⁴ dengan judul, “*Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh dalam Mempromosikan Wisata Halal di Aceh.*” Terdapat kesamaan pada objek penelitian yaitu wisata halal dan strategi komunikasi yang diteliti. Namun yang membedakan diantara keduanya, jika pada penelitian tersebut lebih kepada bagaimana strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata halal, maka pada penelitian yang dilakukan penulis lebih kepada bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan dalam mempromosikan program wisata halal.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuryah Asri Sjaifirah²⁵ dengan judul penelitian, “*Strategi Komunikasi dalam membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung.*” Perbedaan diantara keduanya adalah pada focus penelitian yang dilakukan sedangkan persamaan diantara keduanya adalah pada objek penelitian yang dilakukan.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Ramdan Sulaeman dan Humaira Affaza²⁶ dengan judul penelitian, “*Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar, dan Sabang.*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh dalam mempromosikan Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar, dan Sabang serta apa saja hambatan yang dialaminya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni meneliti langsung ke lapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Terdapat persamaan dengan yang peneliti

²⁴ Firdaus Fadhli, “Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh dalam Mempromosikan Wisata Halal di Aceh” (UIN AR-RANIRY Banda Aceh, 2018), 13.

²⁵ Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuryah Asri Sjaifirah, “Strategi Komunikasi dalam membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung,” *Jurnal Kajian Komunikas*, no. 1 (Juni 2018): 78-90.

²⁶ Arif Ramdan Sulaeman dan Humaira Affaza, “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar, dan Sabang,” *Jurnal Al-Bayan*, no. 1 (Juni 2019): 92-115.

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

akukan yaitu metode yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif. Namun yang membedakannya adalah pada bagian tujuan penelitian yang dilakukan, jika pada penelitian ini lebih fokus bagaimana strategi komunikasi dalam mempromosikan wisata halal dan hambatan yang dialaminya, maka peneliti lebih fokus pada bagaimana strategi komunikasi dalam mensosialisasikan program wisata halal.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ambar Rukmini, Masrul Indrayana, Yuliana Endah Widjayaningsih²⁷ dengan judul penelitian, “Pemberdayaan Masyarakat Bangunjiwo Menuju Desa Wisata Halal.” Penelitian ini bertujuan untuk memeberikan sosialisasi dalam pemberdayaan masyarakat dalam menuju desa wisata halal, hanya mendeskripsikan bagaimana sosialisasi yang di laksanakan. Berbeda dengan yang peneliti lakukan yakni bagaiman strategi komunikasi yang dilakukan dalam sosialisasi program wisata halal.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Gayatri Atmadi, Sri Riris, dan Wahyu Widati²⁸ dengan judul penelitian, “Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi dan Promosi Produk Halal di Indonesia.” Penelitian ini lebih kepada mendeskripsikan strategi pemilihan media komunikasi yang telah dilakukan oleh LPPOM MUI dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk halal kepada masyarakat di Indonesia. Fokus perhatian dalam memahami strategi komunikasi ini mencakup empat elemen penting, yaitu: *Research* (penelitian), *Ations Planning* (perencanaan tindakan), *Communications* (komunikasi) dan *Evaluations* (evaluasi). Bebeda dengan fokus perhatian dalam memahami strategi komunikasi yang dipaparkan oleh peneliti. Adapun cakupan strategi komunikasi yang dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

²⁷ Rukmini, Indrayana, Endah, “Pemberdayaan Masyarakat Bangunjiwo Menuju Desa Wisata Halal,” 80.

²⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Gayatri Atmadi, Sri Riris, dan Wahyu Widati, “Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi dan Promosi Produk Halal di Indonesia.” *Jurnal Al_ahar Indonesia Seri Pranata Sosial*, no. 2 (September 2013): 89.

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.

1. Mengenal Khalayak
2. Menentukan Tujuan
3. Menyusun Pesan
4. Menetapkan Metode yang Digunakan
5. Menentukan Komunikasi Unggulan
6. Mementukan Media Komunikasi yang Tepat.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.²⁹

Komunikasi adalah pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Definisi Komunikasi yaitu:

- 1) Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang yang mengandung makna di antara individu-individu.
 - 2) Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain.³⁰
- #### b. Tujuan Komunikasi
- Kegiatan komunikasi ini lazimnya dilakukan dengan tiga tujuan, yaitu :
- 1) Untuk mengetahui sesuatu.

²⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), 10.

³⁰ May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005), 14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 2) Untuk memberitahu sesuatu.
- 3) Untuk mempengaruhi atau mengarahkan orang lain agar berbuat sesuatu.

Secara garis besarnya tujuan komunikasi adalah untuk tercapainya saling pengertian (mutual understanding), atau kesepakatan timbal balik (mutual agreement).

c. Bentuk, Ruang Lingkup Dan Jenis Komunikasi

Ada tiga bentuk komunikasi, yaitu komunikasi lisan, komunikasi tertulis, dan komunikasi dengan menggunakan isyarat (simbol atau lambang, gerakan tubuh, kode morse, bunyi, warna, dan sebagainya). Komunikasi dapat pula dibagi menjadi komunikasi verbal dan komunikasi Non-Verbal. Dalam hal ini komunikasi verbal mencakup baik lisan maupun tulisan, sepanjang komunikasi itu menggunakan bahasa dan bukan isyarat atau gerakan tubuh. Sedangkan komunikasi non-verbal yang tidak menggunakan bahasa lisan maupun tulisan.

Berdasarkan ruang lingkupnya, pelaksanaan kegiatan komunikasi dapat dibagi atas :

- 1) komunikasi Internal (dalam lingkungan sendiri, rumah tangga, kantor, lembaga, organisasi, perusahaan); dan
- 2) komunikasi Eksternal (dengan pihak lain/luar atau khalayak/publik). Sedangkan berdasar pola hubungan ketika melakukan kegiatan komunikasi, komunikasi dapat kita bagi atas:
 - a) komunikasi vertikal;
 - b) komunikasi Horizontal;
 - c) komunikasi Diagonal.

Jika ditinjau dari jenis, komunikasi dapat dibedakan dalam penggolongan jenis-jenis komunikasi sebagai berikut.

- 1) komunikasi Interpersonal (antar pribadi);

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) Komunikasi Kelompok; dan
- 3) Komunikasi Massa.

3) Komunikasi Interpersonal (Antar pribadi)

Ciri-ciri komunikasi interpersonal adalah:

- a) Jumlah yang berkomunikasi terbatas, tidak banyak, hanya sekitar 4-5 orang. Walaupun jumlah ini relatif dan bisa lebih banyak mencakup sampai 8-10 orang.
 - b) Pesan yang disampaikan (materi atau bahan pembicaraan) adalah hal-hal yang hanya menyangkut minat serta kepentingan orang per orang (pribadi).
 - c) Orang-orang yang melakukan atau terlibat dalam komunikasi interpersonal ini biasanya saling kenal atau telah berkenalan lebih dahulu beberapa saat sebelum melakukan komunikasi.
 - d) Sukar menerima keikutsertaan/keterlibatan orang-orang/pihak lain dalam komunikasi yang sedang berlangsung.
- 4) Komunikasi Kelompok (Organisasional)
- Ciri-ciri komunikasi kelompok adalah:
- a) Jumlah orang yang terlibat dalam komunikasi relatif banyak bisa 50-200 orang atau lebih (contoh: kelas perkuliahan, seminar, simposium, rapat (meeting) perusahaan, kegiatan pengajian, jamaah kuliah subuh di masjid, jemaat kebaktian di gereja, peserta menyaksikan demo, kelompok arisan dan lain sebagainya).
 - b) Hal yang dibicarakan berkisar pada suatu tema atau topik tertentu yang menyangkut kepentingan bersama (kelompok tertentu).
 - c) Terdapat minat dan kepentingan yang nyaris sama dianggota-anggota kelompok.

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) Biasanya sebagian dari peserta saling kenal (misal seminar, simposium, pengajian) atau keseluruhan saling kenal (misalnya kelas/kuliah, rapat perusahaan, rapat pengurus organisasi, rapat pimpin parpol).
- 5) Komunikasi Massa
- Ciri-ciri komunikasi Massa:
- a) Orang-orang yang ikutberkomunikasi atau menjadi komunikan (publik, khalayak, audiences) sangat banyak jumlahnya.
 - b) Audiences/khalayak/publik yang terlibat komunikasi itu tersebar di mana-mana (di berbagai wilayah/daerah). Seandainya pun berada satu tempat, maka public atau audience ini sangat beraneka ragam.
 - c) Hal-hal yang disampaikan (topik yang dibicarakan) bersifat umum menyangkut kepentingan orang banyak.
 - d) Besar kemungkinan tidak terdapat minat dan kepentingan yang sama di antara masing-masing orang di kalangan public atau audience.
 - e) Sebagian besar atau bahkan keseluruhan dari public atau audience tidak saling kenal.
- d. Media Yang Digunakan Dalam Jenis Komunikasi
- 1) Komunikasi interpersonal
Media yang digunakan diantaranya:
 - a) Telephone, SMS (Short Message Service. Surat Merlalui Seluler)
 - b) Gerak tubuh, tulisan, papan tulis
 - c) Surat, memo telegram, telex, internet, (e-mail, chatting).
 - 2) Komunikasi kelompok
Media yang digunakan di antaranya adalah :

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.

- a) Surat (dalam arti selebaran, surat edaran, memo dan sebagainya).
- b) Seminar, simposium rapat, ceramah, pengajian (majlis Taklim).
- c) Kegiatan belajar mengajar di kelas (atau kuliah).
- d) Majalah dinding papan pengumuman HT (Handy Talky), radio lokal.

3) Komunikasi Massa

Media yang di gunakan di antaranya adalah :

- a) Media cetak, seperti surat kabar atau koran, majalah, tabloid, jurnal, buku (buku pelajaran, novel dan lain-lain) papan reklame, poster, dan brosur.
- b) Media elektronik, seperti radio, televisi, film, internet (situs/Wibsite).
- c) Media seni, seperti patung, lukisan, grafiti, monumen, lagu, konser musik, teater rakyat, dan pertunjukan wayang.

2.2.2 Strategi Komunikasi

Strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir atau sasaran tetapi, strategi bukanlah sekedar suatu rencana. Strategi adalah rencana yang disatukan, strategi mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi itu menyeluruh, strategi meliputi semua aspek penting dalam perusahaan. Strategi itu terpadu, semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian. Strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan, sehingga inilah yang menjadi alasan mengapa strategi sangat bermanfaat. Dengan menggunakan manajemen strategic, manajer pada semua tingkat dari suatu perusahaan dapat berinteraksi dalam menyusun perencanaan strategic dan mengimplementasikan strategis. Perencanaan strategis sebagai upaya yang mendisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan

memandu bagaimana menjadi organisasi, apa yang di kerjakan organisasi dan mengapa organisasi mengapa organisasi mengerjakan hal seperti itu. Yang terbaik, perencanaan strategis mensyaratkan pengumpulan informasi secara luas, eksplorasi alternative dan menekankan implementasi masa depan keputusan sekarang.

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “Strategos” atau strategis dengan kata jamak strategi. Strategos berarti jenderal tetapi dalam bahasa Yunani *juno* sering berarti perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi merupakan cara untuk mencapai sasaran jangka panjang. Selanjutnya, satu-satunya hal yang pasti dari masa depan organisasi apapun adalah perubahan dan perencanaan penting untuk menjebatani masa kini dan masa depan yang memperbesar kemungkinan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pengertian Strategi Komunikasi Alo Liliweri dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah:

- a. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.
- b. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
- c. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satu teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

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.



Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Dimensi-dimensi Komunikasi” mengungkapkan bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication Planning) dan komunikasi manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.”

Definisi lain dikemukakan oleh Muhammad Arni mengenai strategi komunikasi yaitu semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerima nya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Selanjutnya ditambahkan dengan pernyataan dari Middleton bahwa “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. Sedangkan menurut

Hafied Cangara strategi komunikasi meliputi lima tahap, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.

1. Fungsi Strategi Komunikasi

Berhasil tidaknya komunikasi bergantung pada strategi komunikasi. Lebih-lebih dalam kegiatan komunikasi massa, tanpa strategi komunikasi media massa dalam bentuk apapun, atau bahkan lembaga-lembaga yang mengikutsertakan komunikasi akan berpengaruh pada hasil yang negative. Dengan demikian secara makro (planned multimedia strategy) maupun secara mikro (single communication medium strategy) mempunyai fungsi ganda:

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 mengumumkkan 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.

- a) Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informative, persuasive, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b) Menjembatani “kesenjangan budaya” (cultural gap) akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasikan media massa yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya. Secara sentral, tujuan strategi komunikasi yang dituturkan oleh R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques For Effective Communications*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:
 1. To secure understanding
 2. To establish acceptance
 3. To motivate action.

Tiga tujuan ini sangat berkaitan erat, karena pertama to secure understanding, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimaannya itu harus di bina (to establish acceptance). Pada akhirnya kegiatan di motivasikan (to motivate action)

2. Tahapan Strategi Komunikasi

Seperti yang telah dikatakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa “Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”, maka tahapan yang digunakan adalah perpaduan model tahapan perencanaan komunikasi dan tahapan manajemen untuk dapat digunakan dalam penelitian ini. Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Strategi Komunikasi” menyebutkan tahapan perencanaan komunikasi meliputi lima tahapan, yaitu: Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi dan Pelaporan. Sedangkan Bambang Hariadi dalam buku “Manajemen Strategi” mengatakan, bahwa “proses strategi manajemen pada

dasarnya meliputi tiga langkah utama, yaitu : perumusan startegi, implementasi startegi, dan evaluasi strategi”. Terdapat tiga tahap yang memiliki kesamaan makna dari kedua tahap tersebut, dengan demikian tahapan strategi komunikasi terdiri dari lima tahapan, yaitu:

31

a). Penelitian (Research)

Sebuah organisasi atau Lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan perusahaan atau kegiatan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui problematycyang dihadapi sebuah lembaga. Problematic bisa dalam bentuk wabah penyakit yang akan menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidak percayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya. Dalam tahapan penelitian dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan untuk mencari fakta atau permasalahan yang terjadi untuk dijadikan bahan rumusan membuat startegi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk mencapai tujuannya.

1. Perencanaan (Plan)

Perencanaan sama dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, dalam tahap perumusan diperlukan strategi tentang pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan. Sumber atau komunikator disini adalah individu atau lembaga yang bersifat sebagai pemberi pesan yang berupa informasi atau penyuluhan. Selanjutnya media adalah perantara yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada sasaran yang ingin dituju,

³¹ Bambang Hariadi, “Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis, (Malang: Bayumedia, 2005), 4.

yaitu komunikannya. Sasaran dari tahap perumusan bisa berupa masyarakat luas atau kelompok tertentu, dengan tujuan memperoleh efek yang diharapkan.

2. Pelaksanaa (Execute)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil dalam rangka implementasi rumusan strategi yang telah dibuat. Tahap pelaksanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Tahap pelaksanaan bisa dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pemasangan baliho atau spanduk di jalanan, dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas dilokasi yang menjadi target sasaran. Inti dari tahap pelaksanaan hanya satu, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditetapkan dalam rumusan.

3. Evaluasi (Measure)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan, apakah kinerja sesungguhnya sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Seperti apakah media yang digunakan efektif untuk digunakan sebagai implementasi strategi tersebut, apakah tujuan dari strateginya tercapai, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima, dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima dan mengerti informasi yang disampaikan. Tahap evaluasi sangat penting untuk dilakukan karena bila strategi itu berjalan dengan baik maka strategi itu bisa dipakai pada masalah-masalah berikutnya, tetapi bila ada kekurangan bisa di perbaiki untuk pembelajaran kedepannya.

4. Pelaporan (Report)

Pelaporan ialah tindakan terakhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam

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.

laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya. Tapi jika dalam program itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.

3. Langkah – langkah dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikasi sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator.

1. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informative) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasive atau instruktif). Adapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikasi perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

a) Faktor Kerangka Referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikasi harus disesuaikan dengan kerangka-kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk berdasarkan hasil dari perpaduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status social, ideology dan cita-cita. Kerangka referensi seseorang ada yang berbeda secara ekstrem seperti antara murid SMP dengan mahasiswa. Ada juga perbedaan yang gradual saja seperti seorang sarjana dengan sarjana yang lain yang sama-sama lulusan universitas. Dalam situasi komunikasi antarpribadi mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikasi karena ia hanya satu orang. Yang sukar

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 satu 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.



ialah mengenal kerangka referensi komunikasi dalam komunikasi kelompok. Ada kelompok yang individu-individunya sudah dikenal seperti kelompok karyawan. Ada juga yang tidak dikenal seperti pengunjung rapat RW. Komunikasi harus disesuaikan dengan referensi mereka. Lebih sulit lagi mengenali kerangka referensi komunikasi dalam komunikasi massa sebab sifatnya heterogen. Oleh karena itu pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya bersifat informative dan yang umum dapat dimengerti oleh semua orang.

b) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi ialah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang secara tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Hambatan komunikasi yang datang tiba-tiba umpamanya hujan lebat disertai petir yang menggebu-gebu, gemuruh hadirin karena ada sesuatu yang menarik perhatiannya ketika kita sedang berpidato.

Yang dimaksudkan dengan kondisi disini ialah state of personality komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikasi sedang marah, bingung, sedih, sakit, atau lapar. Dalam menghadapi komunikasi dengan kondisi seperti itu, kadang-kadang kita bisa menggunakan komunikasi kita sampai datangnya suasana yang menyenangkan.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Kita bisa menyebut umpamanya kentongan,

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.

bedug, pagelaran, kesenian, surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi yang pada umumnya dapat di klasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan di capai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan di pergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu, ini menentukan teknik yang harus diambil apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (the content of message) dan lambang (symbol). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa macam-macam. Lambang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah Bahasa, gambar, warna, kial (gesture) dan sebagainya. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah Bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang konkret dan yang abstrak, pengalaman yang sudah lalu, dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam komunikasi, Bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan Bahasa, hasil pemikiran yang bagaimana pun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi disebabkan oleh Bahasa. Bahasa terdiri atas kata atau kalimat yang mengandung pengertian denotatif dan pengertian konotatif. Perkataan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mengandung pengertian denotatif ialah yang maknanya sebagaimana dirumuskan dalam kamus (dictionary meaning), yang diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan Bahasa dan kebudayaan yang sama. Sedangkan perkataan yang mengandung pengertian konotatif ialah yang maknanya dipengaruhi emosi atau evaluasi (emotional or evaluative meaning), disebabkan oleh latar belakang dan pengalaman seseorang. Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindarkan pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada factor yang penting pada diri komunikator bila melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (source attractiveness) dan kredibilitas sumber (source credibility). Pada 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 dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Sedangkan pada kredibilitas sumber, faktor kedua yang menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Berdasarkan kedua faktor, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik (empathy), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan lain perkataan, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika

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.

berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya.

Dalam strategis suatu organisasi adalah konseptualisasi yang diekspresikan oleh pimpinan organisasi tentang:

1. Sasaran jangka panjang dari organisasinya
2. Kebijakan dan kendala baik yang di cetuskan sendiri oleh pimpinan itu maupun yang diperintahkan oleh atasannya yang justru merintang kegiatan organisasi
3. Seperangkat rencana yang sedang berjalan mengenai tujuan jangka pendek yang dipandang layak memberikan kontribusi bagi pencapaian tujuan/sasaran organisasi.

Pada prinsipnya strategi dapat di kelompokkan menjadi tiga tipe yaitu:

- a. Strategi Manajemen
Strategi meliputi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara mikro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan strategi keuangan.
- b. Strategi Investasi
Strategi yang merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau perusahaan melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu visi baru atau strategi divestasi.
- c. Strategi Bisnis
Strategi bisnis ini sering di sebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi dan strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan

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

Strategi komunikasi merupakan panduan perenanaan (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk menapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis, maksudnya berbagai pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktutergantung kepada situasi dan kondisi.³²

Seperti yang dikemukakan oleh Arifin yang dikutip oleh Munir Abdillah, bahwa strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan, jadi merumuskan suatu strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini berarti dapat ditempuh dengan beberapa cara yakni dengan menggunakan komunikasi secara sadar untuk meniptakan perubahan diri khalayak dengan mudah dan cepat³³.

Beberapa pendapat tentang strategi:

- 1) B.H. Liddel Hart, dalam bukunya *Strategi*. Strategi adalah seni mendistribusikan dan menerapkan cara militer untuk memenuhi kebijakan umum.
- 2) Defenisi strategi dari Mikhaek Tracy dan Fred Wirsema dalam karya mereka *The Disciplin of Market Leaders* dalam *Harvard Business Review*. Dijelaskan bahwa, setiap perusahaan memposisikan diri sebagai “kepemimpinan” (*leadership of corporateI*) jika perusahaan tersebut dapat memperluas fokus bisnisnya.
- 3) Michael Porter berpendapat bahwa strategi berkaitan dengan posisi kompetitif, tentang tampilan anda yang berbeda dimata para pelanggan, tentang nilai tambah dari produk anda karena anda

³²Munir Abdillah, “Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama di Salatiga” (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), 10.

³³ *Ibid*, 10.

menggabungkan beberapa hal yang berbeda dari produk yang ditampilkan oleh para pesaing anda.

- 4) Michael Robert memberikan definisi “Strategi” dalam bukunya *Strategi pure and Simple*, bahwa pembiaraan tentang strategi sebaiknya dikaitkan dengan konsep “manajemen strategis” dan “berpikir strategis”.
- 5) Kenneth Andrews menyajikan definisi panjang tentang strategi dalam bukunya *The Concept of Corporate Strategi*. Dijelaskan bahwa , strategi perusahaan adalah pola dari suatu keputusan yang sangat menentukan dan dapat mengungkapkan arah, sasaran, dan tujuan melalui penetapan kebijakan dan rencana utama perusahaan yang harus dikejar, jenis pengorganisasian sumber daya manusia (SDM) agar dapat “menjadi SDM yang berkualitas,” kontribusi ekonomi dan non ekonomi untuk berbagai pihak seperti kepada para pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan masyarakat.
- 6) Buku *Top Management Strategi* yang ditulis oleh Benjamin Treogoe dan Jhon Zimmerman dari Kepner-Tregoe, In, mendefinisikan strategi sebagai “kerangka kerja yang membimbing orang-orang untuk memilih dan menentukan sifat dan arah dari sebuah organisasi.
- 7) Berbagai definisi dari George Steiner tentang strategi meliputi:
 - a. Strategi adalah apa yang dilakukan oleh manajemen puncak karena hal itu sangat penting bagi organisasi.
 - b. Strategi mengacu pada dasar keputusan yang terarah, yaitu demi tercapainya tujuan dan misi.
 - c. Strategi terdiri dari tindakan penting yang diperlukan untuk mewujudkan arah yang akan dicapai.
 - d. Strategi menjawab pertanyaan: apa yang harus organisasi lakukan?
 - e. Strategi menjawab pertanyaan: apa yang pada akhirnya kita harus cari dan bagaimana harusnya kita mencapainya?
- 8) Henry Mintzberg dalam buku berjudul *The Rise and Fall of Strategic Planning* (1994) menunjukkan bahwa orang menggunakan

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

terminology “Strategi” dalam beberapa cara berbeda, namun pada umumnya mencakup empat makna:

- a. Strategi adalah sebuah rencana, “bagaimana”, suatu cara untuk mendapatkan sesuatu dari sini atau dari sana.
- b. Strategi adalah pola tindakan dari waktu ke waktu misalnya, sebuah perusahaan yang secara teratur memasarkan produknya yang sangat mahal sehingga harus menggunakan strategi *high-end* (dari awal sampai akhir tetap mahal demi menjamin nama produk).
- c. Strategi adalah suatu posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau jasa tertentu di pasar tertentu.
- d. Strategi adalah perspektif terhadap visi, dan arah terhadap misi.³⁴

Selain itu pakar komunikasi yang lain seperti Onong Uchjana Effendi mengemukakan, bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya³⁵.

2.2.3 Sosialisasi

Menurut Paul B.Horton dan Chester L.Hunt³⁶ sosialisasi sebagai “suatu proses dengan mana seseorang menghayati (mendarah dagingkan, Internalize) norma-norma kelompok dimana ia hidup sehingga timbullah diri yang unik”. David B. Brinkerhoff dan Lynn. K White mengatakan sosialisasi sebagai “suatu proses belajar peran, status dan nilai yang diperlukan untuk keikutsertaan (partisipasi) dalam institusi sosial”. Sedangkan menurut James W. Vander Zanden mendefinisikan sosialisasi sebagai “suatu proses interaksi sosial dengan mana orang memperoleh pengetahuan, sikap, nilai, norma, dan

³⁴ Alo liliwiri, Komunikasi Serba Ada Seraba Makna, 241-244

³⁵ Onong Uchana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), 32.

³⁶ Damsar, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2013), 151-152.

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

perilaku esensial dan tentang tujuan yaitu, sesuatu yang diperlukan agar agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat”. Dari tiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua hal penting dalam suatu proses sosialisasi yaitu, satu, tentang proses yaitu suatu transmisi pengetahuan, sikap, norma, dan perilaku esensial. Kedua, tentang tujuan, yaitu sesuatu yang diperlukan agar mampu berpartisipasi efektif dalam masyarakat.

Sosialisasi adalah suatu usaha untuk memberikan suatu informasi tentang suatu kabar atau berita. Sosialisasi terjadi karena ada yang harus disampaikan. Terjadinya sosialisasi membuat tersebarnya suatu informasi yang tidak diketahui oleh masyarakat banyak, dan terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dengan si penerima pesan. Sosialisasi program adalah proses mengkomunikasikan program-program pemerintah kepada warga masyarakat, dengan tujuan untuk memberi pengenalan dan penghayatan dalam lingkungan tertentu.³⁷

Sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu hingga menjadi dikenal, dipahami dihayati oleh masyarakat, sosialisasi juga dapat disebut sebagai promosi serta suatu usaha untuk memberikan informasi tentang kabar atau berita. Sosialisasi merupakan salah satu cara untuk melakukan pengendalian sosial (social control), apabila suatu masyarakat ingin berfungsi efektif, maka anggota masyarakat harus berperilaku sesuai nilai dan norma sosial yang mengatur pola hidup dalam masyarakat tersebut. Dalam sosialisasi yakni individu-individu menjadi anggota masyarakat dikendalikan sehingga tidak melakukan perilaku menyimpang. Sosialisasi adalah membentuk kebiasaan, keinginan dan adat istiadat.

Sosialisasi disini merupakan bagian dari aktivitas ataupun bidang pekerjaan dari seorang praktisi Humas (Hubungan Masyarakat), seperti yang dikatakan Jefkins bahwa seorang humas

³⁷ Widjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2008), 123.

melakukan upaya secara terencana dan berkesinambungan dan tujuan utamanya ialah menciptakan dan memelihara saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Dalam bukunya “*a working definiton*” Robert F Harlow , membagi fungsi humas menjadi dua, untuk menjelaskan apa itu humas, mengapa diadakan, dan bagaimana melakukannya, yaitu sebagai *method of communication* dan *Istate of being*. Sebagai *method of communication*, humas merupakan rangkaian sistem kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan, baik pimpinan, karyawan atau staf, dan sebagai *state of being*, humas merupakan perwujudan kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” ke dalam bentuk biro, bagian divisi atau seksi dalam sistem manajemen humas yang mempunyai pemimpin.

Cohen menyatakan bahwa lembaga sosialisasi yang terpenting adalah keluarga, sekolah, kelompok sebaya dan media massa. Dengandemikian sosialisasi dapat berlangsung secara formal dan informal. Secara formal proses sosialisasi lebih teratur karena didalamnya disajikan seperangkat ilmu pengetahuan secara teratur dan sistematis serta dilengkapi oleh seperangkat norma tegas dan harus dipatuhi oleh setiap individu. Tujuan pokok sosialisasi adalah :

1. Individu harus diberi ilmu pengetahuan (keterampilan) 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 yang khususnya da masyarakat pada umumnya. Karena tanpa adanya komunikasi, proses sosialisasi dalam mensosialisasi destinasi halal tidak akan berlangsung ataupun terciptanya secara 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.

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting di dalam hidup bermasyarakat. Karena itu merupakan salah satu faktor terfatal untuk menciptakan interaksi sosial dan hubungan sosial. Komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi dalam masyarakat, karena tanpa adanya komunikasi antar anggota masyarakat tidak dapat berlangsung secara maksimal.

Beberapa pengertian mengenai sosialisasi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sosialisasi merupakan suatu proses pengenalan ataupun penyebaran informasi mengenai sesuatu yang ada dalam lingkup masyarakat yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap maupun perilaku seseorang. Sosialisasi juga memungkinkan individu untuk dapat menyesuaikan diri dengan adat manapun norma yang ada disuatu lingkup masyarakat.

2.2.4 Wisata Halal

Istilah wisata halal dalam literature pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic Tourism*, *Halal Tourism*, *Halal Travel* ataupun *as Moeslem Friendly Destinations* dan lain-lain. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan *traveler* muslim. Dalam hal ini model yang mengususng prinsip syariah tidak melayani minuman alkohol dan memiliki kolam renang dan spa terpisah untuk pria dan wanita.

Menurut Pavlove dalam Razzaq, Hall dan Prayaq, wisata halal atau *Islamic Tourism* didefenisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen yang sesuai dengan ajaran Islam.

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

Wisata halal merupakan program dari kementerian Pariwisata. Industri wisata halal ditinjau berdasarkan industry yang berkaitan dengan halal. Misalnya, *tour and travel, food and beverages*.³⁸

Wisata halal merupakan bagian dari industry pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Wisata halal mempertimbangkan hukum Islam dalam menentukan produk dan layanan wisata, seperti hotel, makanan, atraksi, dan perjalanan wisata. Hal yang harus dilengkapi dan tersedia dalam wisata halal dikenal dengan istilah *faith based needs*, yaitu terdiri dari:

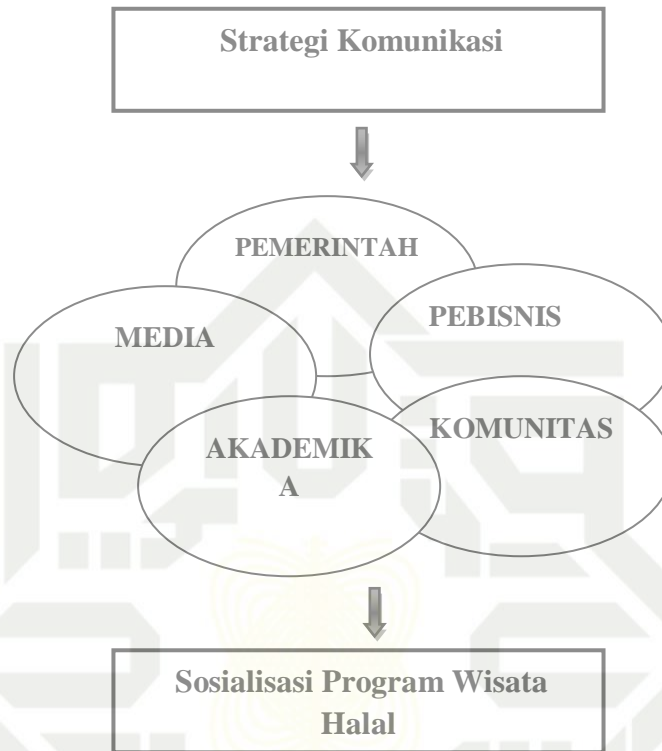
- a. Makanan halal
- b. Fasilitas beribadah yang layak
- c. Pelayanan saat bulan ramadhan
- d. Toilet yang menyediakan air (*water friendly washrooms*)
- e. Fasilitas rekreasi yang memberikan privasi
- f. Tidak ada aktivitas non halal.³⁹

3.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir menjelaskan tentang variable yang dijadikan tolak ukur penelitian dilapangan yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota pekanbaru. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah sebagai pelaksana pemerintah dibidang kebudayaan dan pariwisata Kota Pekanbaru, dan dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Walikota Pekanbaru.

³⁸ Suci Feridha, "Model Komunikasi dalam Pengelolaan Wisata Halal di Aceh Besar dan Banda Aceh" (UIN AR-RANIRY BANDA ACEH, 2018), 28-29.

³⁹ Pratiwi, Dida, Sjafirah, "Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung," 89.



Gambar.2.1 Kerangka Pikir.

4. Konsep Operasional

Berdasarkan kerangka teori diatas pada penelitian ini, maka penulis akan menetapkan konsep operasional untuk memudahkan dalam penulisan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru.

Sosialisasi program wisata halal oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru sesuai denga model assimetris dua arah, yang mana kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru menyampaikan pesan-pesan berdasarkan riset dan membujuk masyarakat agar memahami, mengerti, serta mengaplikasikan program wisata halal.

Dalam melakukan sosialisasi program wisata halal oleh bidang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, pengelola objek wisata diberikan pengarahannya dan pengetahuan tentang wisata halal yang mana tidak

ada disanggah dan diprotes oleh masyarakat atau komunitas. Hal ini sesuai dengan model Proses Sosialisasi Deterministik. Dalam model ini individu ditentukan segalanya, keinginan, cita-cita, kebebasan dalam berpendapat tidak mendapatkan tempat. Secara lebih konkrit aturan,kebiasaan,norma yang tidak boleh diusik-usik. Individu yang mempunyai gagasan dengan norma yang berlaku tidak mendapat tempat. Kepentingan bersama atau kolektifitas harus menjadi pertimbangan utama.

Sosialisasi program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru tentang Pekanbaru sebagai Destinasi Halal akan tercipta dari proses komunikasi,maka penulis menjadikan Konsep sinergi yang berkontribusi dari Pemerintah, Industri, dan Perguruan Tinggi dikenal dengan konsep Triple Helix. Konsep Triple helix di Indonesia sebaiknya menyatukan satu jantung permasalahan melalui sinergi dari ketiganya.

Bahkan kontribusi terhadap inovasi akhir-akhir ini, pemerintah menekankan pada pariwisata sebagai leading sector, dimana semua kementerian wajib mendukungnya.

Keterlibatan sinergi kolaborasi dari semua yang berkepentingan harus tersatukan dalam satu benang merah. Inovasi disini harus mempertimbangkan berbagai knowledge and technology transfer model sebagai dasar menetapkan pijakan untuk setiap masing masing peran yang akan berkontribusi. Masing-

masing aktor yang berkontribusi dan mengalami perkembangan secara nyata ada 5 aktor. Peran dengan fungsinya dari 5 aktor terwakili oleh Pemerintah, Industri (Pariwisata), Perguruan Tiggi, Masyarakat sipil, Masyarakat berbasis Media dan Budaya, dan Masyarakat dari Lingkungan Alami sebagai pertumbuhan perekonomian.

Teori pertumbuhan baru memperkenalkan bahwa pertumbuhan ekonomi berdasarkan knowledge. Memperjelaskan peran dari Perguruan Tinggi dalam penciptaan knowledge dan technology change. Proses pertumbuhan ekonomi bila kita cermati dari awalnya dan perkembangannya menggaris bawahi bahwa proses pertumbuhan ekonomi yang diciptakan

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 knowledge dan technology sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi Negara, Industri dan Masyarakat.

Penelitian ini membuat dasar model dalam sebuah sinergi pengembangan kearifan lokal yang dimiliki oleh berbagai daerah yang ada di Indonesia untuk pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu yang dibidik adalah pembuatan obyek pariwisata yang menjadi destinasi unggulan di daerah tersebut, baik berupa hasil inovasi dan kreativitas atau kondisi alam yang ada. Peran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang kepariwisataan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Bagaimana Kemenparekraf menentukan dasar pemikiran untuk peningkatan perekonomian masyarakat lokal dengan pembuatan obyek wisata yang menjadi unggulan di daerah, baik berupa hasil inovasi dan kreativitas atau kondisi alam yang ada.

Beragam warna mengenai potensi desa yang ada di berbagai wilayah Indonesia bahkan sumber daya alam yang melimpah. Hal inilah yang merupakan tujuan pemerintah untuk menentukan destinasi wisata yang populer dan berkembang lebih luas, dimana orientasinya adalah pengenalan terhadap alam atau budaya lokal sebagai pengembangan desa wisata Berdasarkan ketentuan Organisasi Pariwisata Dunia (WTO), diarahkan pada pariwisata budaya yang memberikan ruang luas untuk partisipasi masyarakat dalam mengembangkan potensi yang ada dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Faktor-faktor pendukung bagi pengembangan desa wisata, antara lain:

1. Memiliki potensi produk dan daya tarik
2. memiliki dukungan sumber daya manusia (SDM)
3. motivasi kuat dari masyarakat
4. memiliki dukungan sarana dan prasarana yang memadai
5. mempunyai fasilitas pendukung kegiatan wisata
6. mempunyai kelembagaan yang mengatur kegiatan wisata

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 satu 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.

7. ketersediaan lahan/area yang dimungkinkan untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata.

Hadirnya desa wisata dapat mempercepat pembangunan daerah dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini sejalan dengan program dan kebijakan Pemerintah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah. Kreativitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global pada abad ke 21 ini. Perilaku kreatif menjadi tuntutan dalam menghadapi persaingan hidup pada era globalisasi. Keberadaan industri kecil (UMKM) juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi negara (PDB atau Product Domestic Brutto) serta dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN) dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 untuk mewujudkan Indonesia menjadi negara maju dan termasuk dalam 10 negara besar di dunia pada tahun 2025. Visi Indonesia 2025 adalah pembangunan pertumbuhan perekonomian yang Mandiri, Maju, Adil dan Makmur untuk kesejahteraan rakyat Indonesia. MP3EI adalah Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia merupakan arah transformasi ekonomi untuk mewujudkan Indonesia menjadi negara maju yang akan diintegrasikan dalam SPPN.

Langkah-langkah dalam percepatan dan perluasan telah dirumuskan secara fokus dan terukur dengan pola manajemen yang jelas dan telah disepakati oleh pemangku kepentingan terkait. Kesepakatan adalah ditetapkan 8 program utama, yaitu pertanian, pertambangan, energi, industri, kelautan, pariwisata dan telematika serta pengembangan kawasan strategis. Kedelapan program utama tersebut terdiri dari 22 kegiatan ekonomi utama.

Hobi, Minat, dan Bakat atau aptitude adalah kemampuan bawaan yang merupakan potensi yang masih perlu dikembangkan atau dilatih untuk mencapai suatu kecakapan pengetahuan dan ketrampilan. Bakat bisa

diejawantahkan sebagai kemampuan alamiah untuk memperoleh pengetahuan dan ketrampilan yang relatif bersifat umum atau khusus. Budaya organisasi sebagai sistem peran, aliran kegiatan dan proses (menunjukkan proses organisasi atau disebut sistem atau pola hubungan kerja) dan melibatkan beberapa orang sebagai pelaksana tugas, yang dirancang untuk melaksanakan tujuan bersama.

Knowledge mengacu pada pemahaman kita tentang dunia nyata sekitar kita, artinya mengenai ciri-ciri dasar pada dimensi ruang, tentang materi dan energi dalam interaksinya satu terhadap lainnya. Rando House Dictionary of the English Language mendefinisikan technology adalah cabang dari knowledge yang berorientasi dengan seni industri, menerapkan science dan engineering atau totalitas dari cara suatu kelompok sosial membantu diri mereka dengan penggunaan obyek material tentang peradaban mereka. Sehingga technology dapat disimpulkan sebagai knowledge tentang metode, peralatan, proses dan produk yang dipergunakan untuk menciptakan produk atau jasa.

Pentahelix atau bussiness, government, community, academic, and media (BGCAM) adalah Pentahelix Model adalah desain integrasi antara lima sektor yang saling terkoordinasi. Kolaborasi Penta Helix yang merupakan kegiatan kerjasama antar lini atau bidang Pemerintah, Akademik, Pebisnis/Swasta, Komonitas dan Media yang diketahui akan mempercepat pengembangan perekonomian suatu daerah. Indonesia Sendiri Pentahelix di terapkan oleh pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata, hal itu karena stakeholders pentahelix dapat dikatakan memiliki unsur-unsur penting didalamnya yang dapat memberi peran dan berpengaruh yang cukup besar dalam pengembangan suatu objek wisata.

Penta helix merupakan perluasan dari strategi triple helix dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat maupun lembaga-lembaga non profit dalam rangka mewujudkan inovasi.³⁰ Melalui kolaborasi sinergis tersebut diharapkan terwujud suatu inovasi yang didukung oleh berbagai sumberdaya yang berinteraksi secara sinergis. Triple Helix diperkenalkan

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.



pertamakali pada tahun 1995, Etzkowitz dan Leydesdorff memperkenalkan model Triple Helix dengan unsur Academics, Business Sector, dan Government.³¹ Aktor yang bertanggung jawab untuk menciptakan inovasi adalah bidang Industri. Aktor yang bertanggung jawab untuk menciptakan pengetahuan yaitu bidang Universitas. Kemudian berinteraksi dengan bidang ketiga yaitu Pemerintah. Ketiganya bekerjasama melalui pendekatan top-down agar tercipta inovasi yang dapat meningkatkan kondisi perkonomian suatu negara. Triple Helix Kemudian dikembangkan lagi dengan yang ditambahkan dengan satu unsur, Civil Society atau komunitas yang menjadi Quadruple Helix, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat.

Konsep quadruple helix dikembangkan dengan mempertahankan interaksi dari triple helix model (jaringan iptek antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah) serta melibatkan masyarakat sipil secara utuh dalam sistem.³² Indonesia sendiri model Quadruple Helix ini kemudian ditambahkan satu unsur lagi yaitu Media yang kemudian menjadi pelengkap Unsur pentahelix karena dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, Media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peran signifikan meskipun tetap merupakan elemen yang independen atau tidak langsung terpengaruh oleh unsur-unsur yang lainnya dalam melaksanakan bagian atau fungsinya. Berdasarkan beberapa penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bahwa Penta Helix adalah model Inovasi yang digunakan dalam rangka untuk meningkatkan atau mengambangkan tingkat perekonomian suatu negara atau daerah yang didalamnya melibatkan lima stakholder yaitu pemerintah, pembisnis (swasta), media, akademika dan komunitas dimana kelima unsur tersebut mempunyai masing-masing peran dan pengaruh yang cukup besar dan berpengaruh sehingga apabila digabungkan dalam suatu kolaborasi dengan tujuan tertentu akan mendapat hasil yang lebih bagus dan maksimal.

Penta Helix di Indonesia sendiri mulai dikembangkan pada 2016 melalui gagasan Menteri Pariwisata Arief Yahya dengan sinergitas GBCAM

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 satu 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.



(governance, business, community, academy and media) yang kemudian lima unsur ini akhirnya dijadikan salah satu model pengembangan pariwisata. Gagasan itu dituangkan dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Konsep Penta Helix sendiri dituangkan ke dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. pada bab I Pendahuluan, bagian pengertian umum no 7 bahwa Ekosistem pariwisata adalah rekayasa kompleksitas fenomena kepariwisataan untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan bahwa untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan, maka diperlukan pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran *business, government, community, academic, and media*.⁴⁰

Menurut Soemaryani Model pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal mungkin dalam rangka mencapai tujuan.³⁴ Hal itu bahwa kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting untuk bermain di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan pentahelix berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah. berikut peran masing-masing unsur pentahelix.

1. Pemerintah

Pada model pentahelix pemerintah berperan sebagai regulator. Peran pemerintah sebagai regulator sekaligus sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan objek. Ini

⁴⁰ Etzkowitz, H & Leydesdorff “*The triple Helix* “(University Government Relations A Laboratory For Knowledge Based Economic Development 1995), 14-19.

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.

melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Selain itu pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan Kolaborasi tersebut.

2. Pembisnis

Pada model pentahelix bisnis berperan sebagai enabler. Dalam hal ini Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis berperan sebagai enabler yang menghadirkan infrastruktur, dengan mendukung perubahan pada sumber daya manusia bussines dalam kolaboratif governanc eselain itu juga berperan sebagai promotor atau seumbangi anggaran dalam memberikan nilai tambah atau pemasukan berupa pendanaan dalam pengembangan sektor tersebut.⁴¹

3. Akademika

Akademisi pada model pentahelix berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan standarisasi proses pada kegiatan yang dilakukan serta sertifikasi dan ketrampilan sumber daya manusia. Akademi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan penggunaan konsep, teori-teori terbaru yang relevan dengan kegiatan atau sektor yang dikembangkan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.⁴²

4. Media

Media pada model pentahelix berperan sebagai expender, dalam hal ini media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan

⁴¹ Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., dan Hendriyanto, A., “Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas,” (Manajemen Indonesia, 2016), 136.

⁴² *Ibid* 136.

membuat brand image. Dalam program pengembangan kerjasama tersebut. Media dapat dikatakan sebagai unsur yang cukup berpengaruh dalam pengembangan wisata, hal itu karena pengaruh perkembangan jaman yang sangat modern sehingga teknologi dan media merajai sehingga apa yang diisukan di media menjadi topik yang cukup berpengaruh dan menimbulkan efek yang sangat bagus dalam pariwisata.

5. Komunitas

Komunitas pada model pentahelix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang³⁷. Komunitas juga bisa bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu proses pengembangan setor tersebut. Komunitas disini bisa termasuk komitas resmi ataupun masyarakat yang dimana mempunyai peran penting datang perkembangan kerjasama tersebut.

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 III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan metode atau pendekatan study kasus, dimana penelitian ini berpusat pada suatu obyek tertentu yang akan dipelajari atau diteliti sebagai suatu kasus yang mana dalam prosedurnya memberikan data-data yang bersifat deskriptif berupa kata-kata yang tertulis maupun lisan yang bersumber dari obyek yang diamati. Melalui penelitian deskriptif kualitatif akan digambarkan mengenai Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru.

Metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau sampling terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling yang lain. Disini yang lebih ditekankan kedalam (kualitas) data bukan berdasarkan banyaknya (kuantitas) data.⁴³

Metode deskriptif menurut Nawawi dapat diartikan sebagai prosedur pemecah masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberi gambaran perencanaan komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam membangun kepercayaan masyarakat. Data yang dikumpulkan bersifat kualitatif yaitu berupa deskriptif atau pendapat dari responden.

⁴³Rahmat Kiriyanto, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kenana Prenada Media Grup, 2006), 65-57.

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.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.

1. Lokasi Penelitian Penelitian dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Jalan Arifin Achmad No.39, Tangkerang Barat, Marpoyan Damai, Tangkerang tengah, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28289, Telp. (0761) 39184, Fax. (0761) 39183 . Diharapkan memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian menyangkut perencanaan komunikasi yang dilakukan bidang Destinasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam sosialisasi program destinasi halal kepada masyarakat.
2. Waktu Penelitian Waktu penelitian mulai dari bulan Desember 2019.

3.3 Sumber Data

Data untuk suatu penelitian dapat dikumpulkan dari berbagai sumber. Data dapat dikumpulkan dari latar data (*data setting*) yang berbeda. Latar data yang dimaksud ialah latar natural (*natural setting*) dimana fenomena atau peristiwa secara normal terjadi. Sumber data dibedakan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder.

Mampu memahami dan mengidentifikasi latar dan sumber data, akan mempermudah penulis untuk memilih metode pengumpulan data yang tepat guna dan memudahkan melakukan pengumpulan data.

- a. Data Primer dalam penelitian ini yaitu, penulis melakukan wawancara dan observasi mengenai perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh bidang Destinasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.
- b. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu, penulis melakukan dokumentasi, setelah penulis mengumpulkan data primer lalu mengumpulkan data dari literatur, artikel, jurnal, dokumen dan situs dari internet yang berkenaan dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru melalui website dan buku-buku referensi pustaka.

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.

3.4 Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan. Pada penelitian ini yang menjadi informan, yaitu:

- a. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- b. Pita Marti, Kasi Ekonomi Pengembangan dan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.
- c. Genta kabid Ekonomi Pengembangan dan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.
- d. Burhan, kepala bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.
- e. Eriyanto, staff bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh dari proses yang disebut pengumpulan data. pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

1. Metode Wawancara

Wawancara adalah perakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek).⁴⁴

⁴⁴ Rahmat Kiriyanto, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kenana Prenada Media Grup, 2006), 100.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber.⁴⁵

Adapun jenis wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara semiterstruktur. Yang mana wawancara pelaksanaannya lebih bebas disbanding dengan jenis wawancara terstruktur. Jenis wawancara ini sudah dikategorikan kedalam *in-depht interview*, dimana tujuannya adalah untuk menemukan suatu permasalahan secara lebih terbuka, yang mana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan idenya.

Adapun pihak yang peneliti wawancarai sebagai narasumber utama dalam penelitian ini adalah: Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Pita Marti, Kasi Ekonomi Pengembangan dan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, Genta, Kepala Bidang Ekonomi Pengembangan dan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, Burhan selaku kepala bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Pekanbaru, Eriyanto selaku staff bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.

2. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan manusia yang menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utama, alat indra lainnya berupa telinga, penciuman, mulut, dan kulit.⁴⁶ Kegiatan ini yang sering atau keseharian manusia lakukan. Dalam pengamatan atau penelitian tidak selamanya menggunakan panca indra mata saja, tetapi selalu mengaitkan apa yang dilihat dan yang dihasilkan.

Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal di Kota Pekanbaru.

⁴⁵ *Ibid* 100.

⁴⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Kedua* (Jakarta: Prenadamedia, 2018), Hal.143.

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. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang didapat berupa gambar-gambar yang menjelaskan objek penelitian.⁴⁷ Metode dokumentasi yang dilakukan adalah dengan pengambilan gambar atau dokumen secara langsung ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. Dokumentasi yang diperoleh dapat berupa artikel, jurnal, data gambar dan buku-buku.

3.6 Validitas Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi, agar validitas data yang didapat lebih akurat. Dengan membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda, atau biasa dikenal pada penelitian kualitatif dengan menggunakan hasil wawancara narasumber satu dengan lainnya, wawancara dengan observasi, dan dokumentasi.⁴⁸ Validitas riset kualitatif yang peneliti lakukan pada saat turun lapangan untuk mengumpulkan data dan pada saat proses analisis-interpretatif data.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk membandingkan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konten pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* and *recheck* temunya dengan cara membandingkan.

3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data deskriptif kualitatif, atau biasa di defenisikan sebagai memaparkan situasi atau peristiwa satu demi satu, atau melukiskan *variable*. Penelitian yang dilakukan bukan untuk menguji

⁴⁷ Suyanto, Bagong dan sutinah, *Metodologi Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan* (Jakarta: Penada Media Grup, 2010), 72.

⁴⁸ Lexy J Melong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 248.

hipotesis atau prediksi juga bukan untuk menjelaskan atau mencari hubungan⁴⁹. Penulis hanya menjelaskan data yang ada dengan kalimat, sehingga mendapatkan pemahaman tentang bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru.



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.

⁴⁹ Jalaludi Rakmat, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2004), 24.

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 KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA PEKANBARU****4.1 Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah sebagai satu pelaksana pemerintah dibidang kebudayaan dan pariwisata kota Pekanbaru yang dipimpin oleh Kepala Dinas, dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Walikota Pekanbaru melalui sekretaris daerah kota Pekanbaru. Tahun 1999 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru masih bernama kantor Pariwisata, dimana kantor tersebut di Pimpin Oleh Kepala Dinas Drs. Muzzamir. Kemudian pada Tahun 2001 barulah dibentuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. 52 Setidaknya ada total 8 kepala Dinas yang pernah memimpin Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru sejak 2001 hingga 2020, awal kepemimpinan dipimpin oleh Drs. Muzammir, kemudian Drs. Sarbaini, Drs. Raisnus. M.pd, Dastrayani Bibra, Syaril Manaf. M.pd, Drs. H. Hermanius. MM, Ardiansyah eka putra. S,stp, Msi dan tahun 2020 kini dipimpin oleh Dr. H. Nurfaisal. M.pd.

4.2 Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Visi dan Misi haruslah ada pada setiap instansi atau organisasi agar dapat berjalan sesuai target dan keinginan dari seluruh anggotanya, adapun visi dan misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru sebagai berikut:

a. Visi

Visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru mengacu pada Visi Kota Pekanbaru Tahun 2017-2022 Yaitu “Terwujudnya Kota Pekanbaru Sebagai Pusat Perdagangan dan Jasa, Pendidikan Serta Pusat Kebudayaan Melayu Masyarakat Sejahtera yang Berdasarkan Iman dan Taqwa”.

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. Misi

- 1) Mewujudkan Pembangunan Masyarakat Madani dalam Lingkup Masyarakat Berbudaya Melayu;
- 2) Mewujudkan Pembangunan Ekonomi Berdasarkan Ekonomi Kerakyatan dan Ekonomi Padat Modal, pada Tiga Sektor Unggulannya yaitu Jasa, Perdagangan, dan Industri (Olahan MICE);
- 3) Mewujudkan Tata Kelola Kota Cerdas dan Penyediaan Infrastruktur yang Baik.

c. Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Peraturan Walikota Pekanbaru nomor 111 tahun 2016 tentang rincian tugas, fungsi dan tata kerja dinas-dinas dilingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru. Berdasarkan Peraturan Walikota tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah satu pelaksana Pemerintah Kota Pekanbaru di bidang Pariwisata, Seni dan Budaya, yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab langsung kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.⁵⁰ Tugas Pokok Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Pekanbaru, merupakan salah satu organisasi perangkat daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Kota Pekanbaru yang dibentuk berdasarkan beragam aturan Undang-Undang, Peraturan Pemerintah (PP), Peraturan Presiden, dan Peraturan Menteri Dalam Negeri, yang kemudian diaktualisasikan oleh pemerintah daerah melalui lembaran Peraturan Daerah (Perda) Kota Pekanbaru Nomor 8 Tahun 2008 pasal 23 yang berbunyi “Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan Pemerintah Daerah Kota di Bidang Kebudayaan dan Pariwisata”. Secara struktural lembaga ini dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.⁵¹

⁵⁰ PERWAKO Pekanbaru nomor 111 Tahun 2016

⁵¹ ibid

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang kebudayaan dan pariwisata serta menyelenggarakan fungsi:⁵²

- a. Pelaksanaan kebijakan Pemerintah Kota Pekanbaru dalam pembinaan dan pengembangan kebudayaan dan pariwisata.
- b. Perumusan kebijakan teknis bidang kebudayaan dan pariwisata.

Sekretariat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru mempunyai tugas merencanakan, menyusun, merumuskan dan melaksanakan program kerja kesekretariatan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyelenggarakan fungsi:⁵³

- a. Pelaksanaan koordinasi penyusunan rencana kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- b. Penyelenggaraan kegiatan administrasi umum dan kepegawaian, keuangan, pentausahaan aset dan perlengkapan serta penyusunan program.
- c. Pengoordinasian dan pelaksanaan pelayanan dan pengaturan rapat dinas, upacara serta keprotokolan.
- d. Pengoordinasian dan pembinaan pemeliharaan dan kebersihan, ketertiban dan keamanan kantor, kendaraan dinas serta perlengkapan gedung kantor.
- e. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sekretariat terdiri dari sub bagian umum, sub bagian keuangan, sub bagian program. Sub bagian umum mempunyai tugas merencanakan, menyusun, merumuskan dan melaksanakan program kerja serta menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan dan pelaksanaan pengelolaan kepegawaian, tata usaha, umum, perlengkapan dan rumah tangga serta kearsipan.

⁵² ibid

⁵³ ibid

- b. Perumusan dan pelaksanaan kegiatan, penghimpunan dan sosialisasi peraturan perundang-undangan, dokumentasi serta pengolahan data dan informasi bidang umum dan kepegawaian.
- c. Pelaksanaan urusan keprotokolan, koordinasi dengan instansi terkait sesuai bidang tugasnya serta pelayanan hubungan masyarakat.
- d. Pelaksanaan urusan pengelolaan barang milik daerah meliputi perencanaan kebutuhan dan penganggaran, pengadaan, penerimaan, penyimpanan, penyaluran, penggunaan, pemanfaatan dan pengamanan serta pemeliharaan barang milik daerah.
- e. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub bagian keuangan mempunyai tugas merencanakan dan melaksanakan program kerja serta menjalankan fungsi:

- a. Perumusan dan pelaksanaan sub urusan keuangan dan penatausahaan aset.
- b. Melakukan verifikasi serta meneliti kelengkapan surat permintaan pembayaran
- c. Penyiapan surat perintah membayar.
- d. Melakukan verifikasi laporan pertanggung jawaban bendahara penerimaan dan bendahara pengeluaran.
- e. Pelaksanaan penatausahaan aset meliputi pembukuan, inventarasi dan pelaporan barang milik daerah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- f. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sub bagian program mempunyai tugas merencanakan dan melaksanakan program kerja serta menyelenggarakan fungsi:

- a. Pelaksanaan koordinasi penyusunan rencana dan program kerja serta merumuskan rencana kerja tahunan, penetapan kinerja, laporan evaluasi kinerja, renstra, renja, RKA dan laporan realisasi fisik program pembangunan.

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. Pelaksanaan dan menghimpun petunjuk teknis yang berhubungan dengan penyusunan program.
- c. Pelaksanaan fasilitasi pengadaan barang dan jasa.
- d. Fasilitasi dan menyusun tindak lanjut laporan masyarakat, temuan pemeriksa fungsional dan pengawasan lainnya.
- e. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Bidang Pembinaan Seni dan Budaya mempunyai tugas membantu sebagian tugas Kepala Dinas dalam melaksanakan sub urusan pembinaan seni dan budaya serta menyelenggarakan fungsi pengkoordinasian, pembinaan dan Perumusan nilai budaya, pengkoordinasian, pembinaan kebudayaan dan Kesenian, pemberian bantuan dan penghargaan, Perumusan pemberian perizinan, pemungutan retribusi izin mendirikan lembaga, Perumusan petunjuk teknis kegiatan kesenian dan kebudayaan, serta pelaksanaan tugas lainnya. Bidang pembinaan seni dan budaya dipimpin oleh kepala bidang dan membawahi 3 kepala seksi yang terdiri dari:

- a. Seksi kesenian.
- b. Seksi nilai-nilai budaya.
- c. Seksi sejarah dan keurbakalaan.

Bidang promosi, pemasaran dan ekonomi kreatif, dinas kebudayaan dan pariwisata kota Pekanbaru mempunyai tugas mengkoordinasikan pemasaran atau promosi wisata, informasi dan Dokumentasi wisata, pembinaan dan Perumusan pemberian perizinan usaha pariwisata, penyusunan petunjuk teknis kegiatan usaha pemasaran atau promosi wisata, paman Tawan, pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha pemasaran atau promosi wisata Bidang promosi, pemasaran dan ekonomi kreatif, dinas kebudayaan dan pariwisata kota Pekanbaru mempunyai tugas mengkoordinasikan pemasaran atau promosi wisata, informasi dan Dokumentasi wisata, pembinaan dan Perumusan pemberian perizinan usaha pariwisata, penyusunan petunjuk teknis

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.

kegiatan usaha pemasaran atau promosi wisata, pemantauan, pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha pemasaran atau promosi wisata Penyuluhan kepariwisataan, penyiapan dan bimbingan dan Penyuluhan. Bidang promosi, pemasaran dan ekonomi kreatif berada dalam tanggung jawab kepala bidang yang dibantu oleh 3 seksi dibawahnya, terdiri dari

- a. Seksi pengembangan ekonomi kreatif
- b. Kerjasama ekonomi kreatif
- c. Promosi dan pemasaran

Bidang pembinaan dan industri pariwisata kepala bidang pembinaan dan pengembangan industri pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata kota Pekanbaru dalam melaksanakan rincian tugas sebagaimana dimaksud, menyelenggarakan fungsi pengkoordinasian pengembangan jasa pariwisata, pengawasan dan penertiban izin usaha, paman Tawan dan evaluasi kegiatan usaha kepariwisataan, penyusunan tenaga kerja, pengembangan industri pariwisata, pengendalian kegiatan usaha usaha Kepariwisataan, pengevaluasian sarana dan prasarana serta ketenagakerjaan di bidang pariwisata, pengembangan sarana dan prasarana PHRI Asita dan asosiasi lainnya , Peningkatan usaha di bidang kepariwisataan, pembinaan dan pengembangan industri pariwisata, serta pengembangan industri pariwisata.Sumber Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. Bidang pembinaan dan industri pariwisata berada dalam tanggung jawab kepala bidang dan membawahi 3 seksi yang terdiri dari:

- a. Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata
- b. Seksi Pengembangan Kawasan Pariwisata
- c. Seksi Pengembangan Industri Pariwisata.

Bidang sumber daya pariwisata kepala bidang sumber daya pariwisata dinas kebudayaan dan pariwisata kota Pekanbaru dalam melaksanakan rincian tugas sebagaimana dimaksud, menyelenggarakan fungsi pengkoordinasian sumber daya pariwisata, pengawasan dan penertiban izin usaha, paman Tawan dan evaluasi kegiatan usaha

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.

kepariwisataan, penyusunan tenaga kerja, pengembangan sumberdaya pariwisata, pengendalian kegiatan usaha usaha kepariwisataan, pengevaluasian sumber daya pariwisata serta ketenagakerjaan di bidang pariwisata dan pembinaan sumber daya pariwisata. Dalam melaksanakan tugasnya kepala bidang sumber daya pariwisata dibantu oleh 3 seksi yang terdiri dari:

- a. Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata
- b. Seksi Informasi dan Pengkajian Data Pariwisata
- c. Seksi Hubungan Kelembagaan Pariwisata.

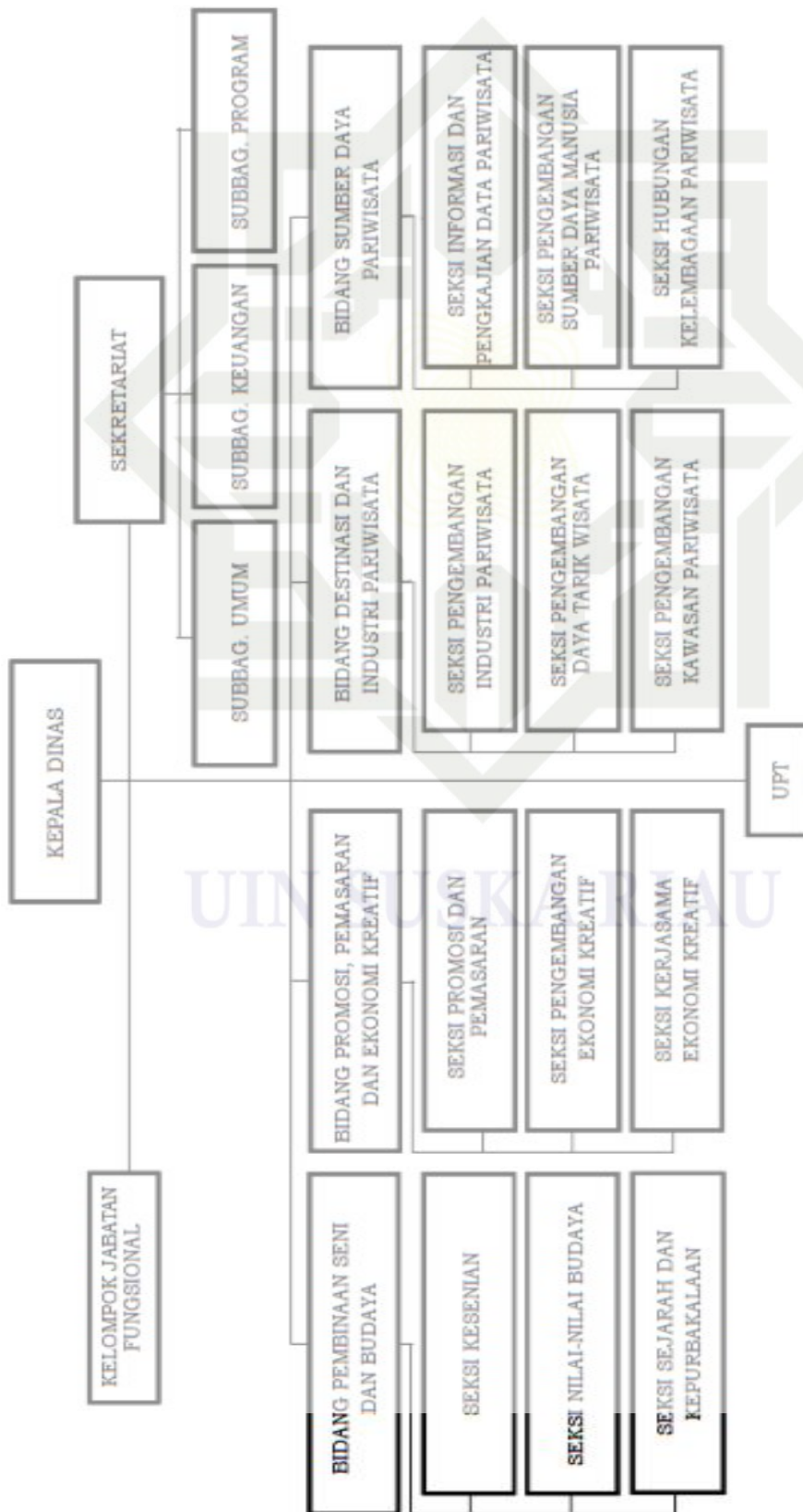
4.3 Susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Susunan organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

- A. Kepala Dinas
- B. Sekretaris, membawahi:
 - 1) Sub Bagian Program
 - 2) Sub Bagian Umum
 - 3) Sub Bagian Keuangan
- C. Bidang Pembinaan Seni dan Budaya membawahi:
 - 1) Kasi Nilai-Nilai Budaya
 - 2) Kasi Sejarah Dan Kepurbakalaan
 - 3) Kasi Kerjasama Ekonomi Kreatif
- D. Bidang Promosi, Pemasaran Dan Ekonomi Kreatif membawahi:
 - 1) Bidang Seksi Pengembangan Ekonomi Kreatif
 - 2) Kasi Promosi Dan Pemasaran
 - 3) Kasi Kerjasama Ekonomi Kreatif
- E. Pembinaan Dan Industri Pariwisata membawahi:
 - 1) Kasi Pengembangan Daya Tarik Wisata
 - 2) Kasi Pengembangan Kawasan Pariwisata
 - 3) Kasi Pengembangan Industri Pariwisata
- F. Bidang Sumber Daya Pariwisata membawahi:
 - 1) Kasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata

- 2) Kasi Informasi Dan Pengkajian Data Pariwisata
- 3) Kasi hubungan Kelembagaan Pariwisata

Gambar 4. 1 Bagan struktur organisasi
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru



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 satu 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

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal sebagai berikut:

Menurut Arif Yahya *Pentahelix* adalah 5 (Lima Unsur) unsur subjek atau *stakeholder* pariwisata, yaitu: *Academician, Business, Community, Government* dan *Media*. Biasa disingkat dengan ABCGM. Dalam sosialisasi program wisata halal di kota Pekanbaru menggunakan model *Pentahelix*, yang mana melibatkan elemen-elemen: Akademisi, Bisnis, Pemerintah (*Government*), Komunitas (*Community*) dan Media massa.

1. Pemerintah

Pemerintah Kota Pekanbaru telah mengencarkan pariwisata halal untuk mendukung implementasi motto daerah menjadikan Pekanbaru sebagai Kota Metropolitan yang Madani.

2. Bisnis

Dalam pelaksanaan sosialisasi tidak luput dari peran pebisnis yang ada. Peran pebisnis sangat diperlukan demi mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu contoh pentingnya kerjasama dengan pebisnis adalah dengan pihak-pihak hotel, biro perjalanan dan restoran yang ada di Pekanbaru.

3. Akademisi

Akademisi sangat berperan penting dalam pengembangan pariwisata, hal ini dikarenakan akademisi biasanya memiliki pemahaman yang lebih baik dalam tujuan pembangunan berkelanjutan.

4. Komunitas

Dengan adanya komunitas diharapkan dapat membantu perkembangan wisata yang ada, memperkenalkan kepada masyarakat luas serta secara tak langsung turut serta mempromosikan.

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. Media

Dengan memanfaatkan media yang ada seperti media cetak dan elektronik..Ada dua bentuk komunikasi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru yakni komunikasi lisan dan tulisan. Komunikasi lisan yakni melakukan koordinasi langsung atau menjumpai langsung pihak-pihak terkait, seperti hotel, rumah makan, dan pelaku jasa usaha lainnya yang berkaitan dengan pariwisata dalam menunjang terciptanya suasana wisata halal yang ada di Kota Pekanbaru. Sedangkan komunikasi lisan yaitu dengan memanfaatkan media yang ada, baik itu cetak maupun elektronik. Adapun media yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal yaitu:

a) Media Cetak

Adapun pemanfaatan media cetak dengan penerbitan informasi wisata, event, dan peta wisata yang diterbitkan pada Koran, pamphlet, majalah, banner, serta brosur.

b) Media Elektronik

Adapun pemanfaatan media elektronik seperti Radio, TV dan media social.

6.2 Saran

Setelah dilaksanakannya penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru, peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu memberi kontribusi dalam mengembangkan wawasan pengetahuan serta pemikiran dalam bidang komunikasi pada mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Dapat membantu memberikan solusi sebagai bahan rujukan atau referensi bagi mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang akan melakukan penelitian skripsi.
3. Hendaknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru menjaga pencapaian-pencapaian prestasi yang telah diraih yaitu image yang cukup baik dikalangan masyarakat.
4. Diharapkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru lebih mengembangkan dan dapat memanfaatkan dengan bijak potensi wisata yang ada di Kota Pekanbaru, terutama dalam potensi pengembangan wisata halal.
5. Hendaknya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dapat memperthankan prestasi-prestasi yang telah diraih dan mempertahankan apa yang telah diraih, terutama dalam pengembangan wisata halal yang mulai berkembang di Kota Pekanbaru.
6. Sedangkan masukan untuk saya sendiri sebagai peneliti ialah, dengan adanya penelitian skripsi ini dapat menambah pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





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

DAFTAR PUSTAKA

Rahmat, Kiriyanto. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kenana Prenada Media Grup, 2006.

Suyanto, Bagong dan sutinah. “*Metodelogi Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*”. Jakarta: Penada Media Grup, 2010.

Lexy, J Melong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007

Jalaludin, Rakmat. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2004.

Damsar. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.

Widjaja. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rieneka Cipta, 2008.

Sutaryo. *Dasar-dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press, 2004.

Widjaja. *Pengantar Ilmu KOMunikasi*. Jakarta: Rieneka Cipta, 2008.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992.

May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2005.

Refrensi Tambahan:

Anismar. *Prospek Perkembangan Pariwisata religious di Aceh*. 2012.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Pria Patrianti dan Rizanto Binol. *Public realtions & Messaging Development: Pengembangan Pesan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Perspektif Public Relations*. 2019.

Arif Ramdan Sulaeman. *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar dan Sabang*. 2011.

Humaira Affaza. *Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Mempromosikan Wisata Halal* . 2018.

Arif Ramdan Sulaeman. *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Aceh Melalui Program Wisata Halal Wilayah Banda Aceh, Aceh Besar dan Sabang*. 2019.

Etzkowitz, H & Leydesdorff .*The triple Helix* .1995

Roby Desman Indra Saputra. *Strategi Kepariwisataaan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru*.

Agus Simbara. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Penyengat*. 2013.

Zakirah, Arif, dan Saleh. *Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh Dalam Membangun Banda Aceh Sebagai Kota Pariwisata*.

Isyah Aniha. *Peran Strategis Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan Wisata*

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

dalam Mengoptimalkan Pariwisata Halal Di Kota Solo. 2017

Munir Abdillah. *Strategi Komunikasi Forum Kerukunan Umat Beragama dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama di Salatiga. 2013.*

Suci Feridha. *Model Komunikasi dalam Pengelolaan Wisata Halal di Aceh Besar dan Banda Aceh. 2018.*

Slamet,R, Nainggolan,B,Roessobiyatno, R, Ramdani, H, dan Hendriyanto, A. *Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. 2016*

Pratiwi, Dida, Sjafirah. *Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung.*

Abdilla. *Strategi Forum Komunikasi Kerukunan Umat Beragama dalam Menjaga Kerukunan Umat Beragama di Salatiga.*

Penelitian yang dilakukan oleh Gayatri Atmadi, Sri Riris, dan Wahyu Widati, *“Strategi*

Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi dan Promosi Produk Halal di Indonesia. 2013.

[https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/ppp0bz384/pekanbaru-andalkan-wisata-halal-jadi-penopang-pendapatan.](https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/ppp0bz384/pekanbaru-andalkan-wisata-halal-jadi-penopang-pendapatan)

[https://pekanbaru.go.id/p/news/wisata-halal-sangat-berpotensi-dikembangkan-di-kota-pekanbaru.](https://pekanbaru.go.id/p/news/wisata-halal-sangat-berpotensi-dikembangkan-di-kota-pekanbaru)

<https://pekanabru.tribunnews.com/2019/09/12/jadikan-pekanbaru-tujuan-wisata-halal-pemko-pekanbaru-kerjasama-dengan-yayasan-riau-edukasi>.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN
SUSKA RIAU



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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

	Indikator	Pertanyaan	Informan	Teknik Pengambilan Data
Strategi Komunikasi	1) Pemerintah	<p>Bagaimana peran Pemerintah Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal?</p> <p>Langkah apa saja yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal tersebut?</p> <p>Apakah ada hambatan dalam kegiatan sosialisasi program wisata halal tersebut</p>	<p>1) Kepala Dinas</p> <p>2) Kepala Bagian Promosi, Pemasaran dan Ekonomi Kreatif.</p>	Wawancara

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 bagaimana penanganannya agar meminimalisir kemungkinan yang tidak diinginkan?	
2)	Akademisi	Bagaimana peran akademisi dalam mensosialisasikan program wisata halal di kota Pekanbaru?	
		Peran seperti apa yang dijalankan akademisi dalam mendukung program wisata halal di kota Pekanbaru?	
		Apakah ada hambatan yang dialami akademisi dalam membantu kegiatan sosialisasi program wisata halal tersebut	

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 bagaimana penanganannya agar meminimalisir kemungkinan yang tidak diinginkan?
3)	Komunitas		Apa saja peran komunitas terhadap program sosialisasi wisata halal yang dilakukan?
			Apakah metode tersebut dirasa efektif dalam pelaksanaannya?
			Mengapa metode tersebut sangat diperlukan dan apa saja pengaruhnya?
4)	Bisnis		Bagaimana keterkaitan antara pebisnis dengan sosialisasi program wisata

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.

			halal yang dilakukan?		
			Apa saja kerja sama yang dilakukan oleh pebisnis dengan dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal?		
			Bagaimana hasil antara kerjasama antara pebisnis dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan program wisata halal tersebut?		
Sosialisasi Wisata Halal	1)	Media	Media seperti apa yang diperlukan agar strategi	1) Kepala Bagian Promosi, Pemasaran	

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.

				komunikasi yang dilakukan berjalan dengan baik?	dan Ekonomi Kreatif
				Apa saja keunggulan dari menggunakan media dan media seperti apa yang paling efektif?	3) Kepala Dinas
				Bagaimana hasil dari penggunaan media yang telah diterapkan ?	
				Adakah strategi sosialisasi yang digynakan dalam menerapkan program wisata halal ?	

DOKUMENTASI

Lampiran II



Wawancara dengan Bapak Eriyanto selaku staff bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

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.



Wawancara dengan Ibu Pita Marti Kepala Bagian Bagian Promosi,
Pemasaran dan Ekonomi Kreatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Wawancara dengan Bapak Ardiansyah Eka Saputra selaku Sekretaris Dinas
Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

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.



Wawancara dengan Bapak Burhan selaku kepala bagian pengelola wisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/33749
 TENTANG



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

1.04.02.01

Sebelum Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Peringatan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-2205/Un.04/IV.3/PP.00.9/05/2020 Tanggal 16 Mei 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

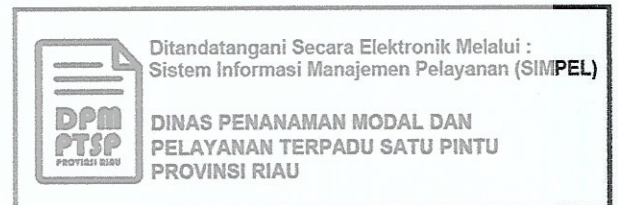
1. Nama : **BRYAN ADAM**
2. NIM / KTP : **11643102682**
3. Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **JLN. AIR HITAM, PERUM. GRIYA TAMAN MELATI BLOK. N. 7**
6. Judul Penelitian : **STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA PEKANBARU DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM WISATA HALAL DI KOTA PEKANBARU**
7. Lokasi Penelitian : **DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA PEKANBARU**

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 : 7 Juli 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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.

BIOGRAFI PENULIS



Bryan Adam, dilahirkan di Mondang Kumango, Rokan Hulu pada tanggal 03 Juli 1996. Anak ke empat dari tujuh bersaudara ini adalah putra dari pasangan bapak Bangsawan dan ibu Nur Baiti. Saat ini penulis tinggal di Perumahan Griya Taman Melati, Jl Ait Hitam, Kecamatan Tampan dan keluarga penulis tinggal di Kampung Mondang Kumango, Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu. Penulis menempuh pendidikan mulai dari SD Negeri 003 Tambusai, Kecamatan Tambusai Kabupaten Rokan Hulu dan tamat pada tahun 2009, melanjutkan ke MTsN 01 Dalu-Dalu serta lulus pada tahun 2012, lalu menyelesaikan pendidikan di SMA Negeri 01 Tambusai Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2015. Kemudian pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi serta mengambil Konsentrasi Public Relations. Penulis menyelesaikan kuliah Strata Satu (S1) pada tahun 2021.

Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan, akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mensosialisasikan Program Wisata Halal di Kota Pekanbaru”**.