NOMOR SKRIPSI
4936/KOM-D/SD-S1/2022

DESTINATION BRANDING DESA PEBAUN HILIR KECAMATAN KUANTAN MUDIK KABUPATEN KUANTAN SINGINGI SEBAGAI DESA WISATA MELALUI WISATA TOBEK PABOUN

SKRIPSI

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

OLEH:

MUTIARA TRIDA
NIM. 11740324595

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2022

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

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

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

Nama : Mutiara Trida
NIM : 11740324595
Judul : *Destination Branding* Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun

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

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Februari 2022

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 Februari 2022
Dekan,

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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

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

Sekretaris/ Penguji II,

Assyari Abdullah, M.I.Kom
NIK. 130 417 023

Penguji III,

Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si
NIP.19810313 201101 1 004

Penguji IV,

Mustafa, M.I.Kom
NIK. 130 417 024

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

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Mutiara Trida
NIM : 11740324595
Judul : *Destination Branding* Desa Pebaun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 21 September 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 September 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,	Penguji II,
Firdaus El Hadi, S.Sos.,M.Soc.SC	**Tika Mutia, M.I.Kom**
NIP. 197612122003121004	**NIP. 19861006201932010**

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
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.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Trida

NIM : 11740324595

TempatTanggal Lahir : Pekanbaru, 07 Mei 2000

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Destination Branding Desa Pebaun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun

Dengan ini menyatakan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan dengan hasil penelitian, pemikiran, penulisan, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada footnote, dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelas, yang telah diperoleh dengan skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di fakultas dakwah dan komunikasi universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Pekanbaru, 01 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL

Mutiara Trida

11740324595

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 31 Januari 2022

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 : Mutiara Trida
NIM : 11740324595
Judul Skripsi : *Destination Branding* Desa Pebaun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun

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.I.Kom.)

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.

Pembimbing,

Febby Amelia Trisakti, M.Si
NIP.199402132019032015

© 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.

DESTINATION BRANDING DESA PEBAUN HILIR SEBAGAI DESA WISATA MELALUI WISATA TOBEK PABOUN

Disusun Oleh:

MUTIARA TRIDA

11740324595

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 31 Januari 2022

Pembimbing,

Febby Amelia Trisakti, M.Si
NIP.199402132019032015

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 004

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

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيم

Alhamdulillahirabbil'alamin, tiada kata yang terindah yang patut penulis ucapkan selain kata syukur kehadirat Allah SWT. yang mana telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis berupa kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis diberikan kemampuan dan kekuatan untuk membangun hidup lebih cerah dengan tetap berada dalam hidayah-Nya. Terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: "*Destination Branding* Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun". Sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang merubah peradaban dunia dari kegelapan menjadi lebih baik lagi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak sedikit bantuan dan jasa yang penulis terima dari orang orang tercinta yang membantu dalam proses menyelasaikan skripsi ini. pada kesempatan ini penulis juga ingin menyatakan dengan rasa hormat dan mengucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag. menjabat sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.Wakil Rektorat I.II dan III, serta seluruh Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A. menjabat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Dr. H. Arwan, M.Ag sebagai Wakil Dekan I,II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Muhammad Badri, M.Si menjabat sebagai Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Artis, S.Ag., M.I.Kom menjabat sebagai Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Mardiah Rubani, M.Si selaku penasehat akademik. Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan.
7. Febby Amelia Trisakti M.Si, selaku Dosen Pembimbing. Teruntuk ibu beribu terimakasih rasanya tidak cukup penulis ucapkan atas segala yang telah ibu beri kepada saya. Waktu dan ilmu serta tak kenal lelah dalam

memberikan pengarahan dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang sangat spesial penulis haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada kedua orang tua penulis yang tercinta, Ayahanda Triwan Hardi dan Ibunda Junaida serta My best sista Intan Trida, dan keluarga besar Bakrie atas dukungan dan doa restu, nasihat dan petunjuk dari mereka yang selalu mengiringi langkah saya selama menempuh perkuliahan program sarjana ini yang tidak akan pernah penulis lupakan.
9. Kepada teman-teman Public Relation E yang saling memberikan dukungan dan suka maupun duka selama masa perkuliahan.
10. Kepada demisioner dan anggota Sanggar PR yang telah memberikan dukungan nya
11. Kepada Bestie Junda Desmiza, Widya Ika Zulisna dan Dinda Ramadhani, Rizka Asfira, Nora Lisa, Rozi Safitri sebagai teman sekaligus sahabat seperjuangan yang telah meluangkan waktu dan pikiran membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada superhero a.k.a donator boba yang selalu bisa diandalkan dan serbabisa, special thanks for u.
13. Pak Muh, freya dan ilayya, terimakasih sudah menjadi moodbooster selama masa skripsweetan.

Pekanbaru, 01 Januari 2022

Mutiara Trida

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

NIM: 11740324595

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Tobek Paboun adalah suatu tempat destinasi wisata yang berada di Desa Pebaun Hilir, Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi. Wisata Tobek Paboun telah diresmikan pada bulan Maret tahun 2021 oleh Pemerintah Daerah. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses destinasi branding yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam memperkenalkan wisata Tobek Paboun. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan konsep destination branding oleh Morgan & Pritchard yaitu *Market investigation, analysis and strategic recommendations,* pengelola mengidentifikasi kebutuhan pengunjung, menganalisa peluang pasar, menciptakan produk sesuai dengan permintaan pasar, serta menentukan nilai produk/jasa. Pada aspek *brand identity, pengelola membuat identitas merk yaitu* nama dan logo. Pada aspek *brand launch, pengelola melakukan upaya advertising, direct marketing,* dan *public relation*s. Kemudian, pada aspek *brand implementation, pengelola mengadakan event tradisional.* Aspek terakhir yakni melakukan *monitoring, evaluasi, dan review* dengan mengevaluasi komentar pada kolom komentar sosial media.

Kata kunci: *Destination Branding*, Komunikasi Pariwisata, Desa Wisata

UIN SUSKA RIAU

© 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.

ABSTRACT

Name : Mutiara Trida

NIM : 11740324595

Major : Communications Science

Tobek Paboun is a tourist spot in the village of Pebaun Hilir, Kuantan Mudik District, Kuantan Singingi Regency. The local government launched Tobek Paboun Tourism in March 2021. The research aims to discover how tourism managers conduct the destination branding process when introducing Tobek Paboun tourism. The method used is a qualitative research method with descriptive data types. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. The study's findings used Morgan and Pritchard's concept of destination branding, namely Market investigation, analysis, and strategic recommendations; managers identify visitor needs, analyze market opportunities, create products based on market demand, and determine product/service value. In terms of brand identity, the manager creates a brand identity, including the name and logo. The manager works on brand launches through advertising, direct marketing, and public relations. The manager then holds a traditional event in terms of brand implementation. The final aspect is monitoring, evaluating, and reviewing comments in the social media comment column.

Keywords: Destination Branding, Tourism Communication, Tourism Village

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
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR vii
DAFTAR TABEL ix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Penegasan Istilah 7
1.2.1 Destination Branding 7
1.2.2 Desa Wisata 8
1.2.3 Tobek Paboun 8
1.3 Rumusan Masalah 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA 10
2.1 Kajian Terdahulu 10
2.2 Landasan Teori 20
2.2.1 Konsep Branding 20
2.2.1 Konsep *Destination Branding* 23
2.2.2 Konsep Komunikasi Pariwisata 27
2.3 Konsep Operasional 28
2.4 Kerangka Pemikiran 29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 32
3.1 Desain Penelitian 32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 32
3.3 Sumber Data Penelitian 32
3.4 Teknik Pengumpulan Data 33
3.5 Validitas Data 34
3.6 Teknik Analisis Data 35
3.6.1 Reduksi Data 35

3.6.2 Penyajian Data 35
3.6.3 Verifikasi Data 36
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 37
4.1 Kabupaten Kuantan Singingi 37
4.2 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi 39
4.2.1 Visi Misi Dinas Pariwisata Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi 39
4.3 Desa Pebaun Hilir 42
4.3.1 Sejarah Desa 42
4.4 Sejarah Objek Wisata Tobek Paboun 44
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA 45
5.1 Hasil Penelitian 45
5.2 Analisis Data 73
BAB VI PENUTUP 106
6.1 Kesimpulan 106
6.2 Saran 107
6.2.1 Segi Praktis 107
6.2.2 Segi Teoritis 108
DAFTAR PUSTAKA 109
LAMPIRAN

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

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
Fakultas Ilmu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....31
Gambar 2 Peta Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi 37
Gambar 3. Peta Wilayah Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi 42
Gambar 4. Logo POKDARWIS Desa Pebaun Hilir 43
Gambar 5. Struktur Pemerintahan Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik 43
Gambar 6. Grafik Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Wisata Tobek Paboun Bulan Maret-November 45
Gambar 7. Panorama Wisata Tobek Paboun 75
Gambar 8. Wahana, speedboat dan bebek air wisata Tobek Paboun.....75
Gambar 9. Wahana perahu wisata Tobek Paboun 76
Gambar 10. Camping malam di wisata Tobek Paboun.....76
Gambar 11. Kegiatan Memanah di wisata Tobek Paboun.....77
Gambar 12. Tarif tiket parkir mobil wisata Tobek Paboun 77
Gambar 13. Tarif tiket parkir motor wisata Tobek Paboun 78
Gambar 14. Logo Pokdarwis Tobek Paboun 80
Gambar 15. Pemandangan Wisata Tobek Paboun pada musim danau 81
Gambar 16. Suasana wisata Tobek Paboun pada musim bercocok tanam padi ...82
Gambar 17. Kuan café pada nuansa malam hari di wisata Tobek Paboun 82
Gambar 18. Suasana kafe pada sore hari di wisata Tobek Paboun.....83
Gambar 19. Wahana perahu baganduang di wisata Tobek Paboun.....83
Gambar 20. Stand UMKM ToBek drink di wisata Tobek Paboun.....84
Gambar 21. petunjuk arah jalan wisata tobek paboun di kawasan memasuki desa 84
Gambar 22. Petunjuk arah jalan di simpang memasuki wisata tobek paboun.....85
Gambar 23. komentar pada kolom komentar instagram mengenai postingan wisata Tobek Paboun 86
Gambar 24. Baliho wisata Tobek Paboun.....88
Gambar 25. Poster pacu perahu di wisata Tobek Paboun.....88
Gambar 26. Media massa online rri 89
Gambar 27. Media massa online riautribunecom 90
Gambar 28. Media massa online brisik.id.....91
Gambar 29. Media Massa online kuansingkita.com 91
Gambar 30. Media Massa cetak Riaupos.....93
Gambar 31. Akun sosial media Instagram @Tobekpaboun 94
Gambar 32. Postingan di media sosial Instagram @Tobekpaboun 94
Gambar 33. Akun halaman facebook Tobek Paboun 95
Gambar 34. akun media sosial facebook kampuang halaman 95
Gambar 35. postingan poster di akun facebook kampuang halaman.....96

Gambar 36. Akun halaman media sosial instagram @Kuansingpict.....96
Gambar 37. Postingan wisata Tobek Paboun di akun instagram @kuansingpict.97
Gambar 38. Akun halaman media sosial akun Instagram @netizenkuansing.....97
Gambar 39. postingan Tobek Paboun di Instagram @netizenkuansing 98
Gambar 40. postingan Tobek Paboun di Instagram @netizenkuansing 98
Gambar 41. Foto bersama anggota pokdarwis.....99
Gambar 42. Foto bersama pihak sponsor Bank Riaukepri.....100
Gambar 43. Kunjungan oleh Bupati Kuansing 100
Gambar 44. Kunjungan saat peresmian oleh Bupati Kuansing 101
Gambar 45. Kunjungan oleh Disparbud Kuansing 101
Gambar 46. Lomba Pacu Perahu di Wisata Tobek Paboun 103
Gambar 47. Festival tradisional perahu baganduang di Tobek Paboun.....103
Gambar 48. Malam Takbiran Keliling.....104

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Informan Penelitian 33

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

UIN SUSKA RIAU
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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

SARS-CoV-2 was identified in early January and its genetic sequence shared publicly on 11-12 January. The full genetic sequence of SARS-CoV-2 from the early human cases and the sequences of many other virus isolated from human cases from China and all over the world since then show that SARS-CoV-2 has an ecological origin in bat populations. All available evidence to date suggests that the virus has a natural animal origin and is not a manipulated or constructed virus.[1]

Pada akhir tahun 2019 dunia dikejutkan dengan kehadirnya virus yang mematikan dengan sebutan Corona virus. *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) adalah penyakit virus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus penyebab COVID-19 ini dinamakan Sars-CoV-2. Virus corona adalah zoonosis (ditularkan antara hewan dan manusia).[2] Virus ini menjadi sebuah banyak negara di seluruh dunia menjadi terganggu baik aktifitas maupun penghasilan. Adapun penyebaran COVID-19 sangat berdampak bukan hanya pada kegiatan ekonomi dan bidang transportasi tetapi juga pada dirasakan oleh industri pariwisata.[3]

Badan Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan wabah virus covid-19 sebagai pandemic global, sektor pariwisata mengalami penurunan yang signifikan. Seperti diketahui, pariwisata merupakan sektor yang paling terdampak pandemi covid-19 dan perekonomian yang bergantung pada sektor pariwisata, tekontraksi hingga minus 9,13% sepanjang tahun 2020. Seluruh destinasi wisata, hotel dan akomodasi lainnya ditutup sementara karena adanya pembatasan

---

[1] "Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 94," *World Health Organization*, 23 April 2020, https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200423-sitrep-94-covid-19.pdf.

[2] Ririn Noviyanti Putri, "Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 20, no. 2 (1 Juli 2020): 705, https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.1010.

[3] "Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi," *egsaugm*, 11 Februari 2021, https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/.

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 Sultan Syarif Kasim Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

perjalanan dan kegiatan di seluruh dunia yang perlu dilakukan dalam mencegah penularan covid-19.[4]

Pandemi COVID-19 telah menghantam industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Tidak main-main, sejak Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan drastis, dan puncaknya terjadi April 2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu.[5] Pandemi covid-19 yang melanda dunia selama lebih dari setahun menimbulkan dampak besar bagi sektor pariwisata. Badan pariwisata Perserikatan Bangsa-Bangsa melaporkan bahwa hampir sepertiga dari destinasi wisata di seluruh dunia benar-benar tertutup untuk wisatawan internasional karena situasi epidemiologis yang serius.[6] Sektor yang paling merasakan akibat dari virus corona salah satunya adalah pariwisata. Saat ini sudah banyak Hotel dan restaurant yang menutup usahanya sementar waktu, baik dari kelas melati sampai dengan hotel berbintang karena tidak adanya pemasukan. Tempat wisata dan biro perjalanan juga melakukan hal yang sama. Padahal pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Negara.[7]

Berdasarkan data BPS (2021), terjadi penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan. Apabila dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah wisatawan mancanegara turun sebesar 75,03 persen.[8]

Industri pariwisata dihadapkan pada penurunan yang besar dari kedatangan wisatawan mancanegara dengan pembatalan besar-besaran dan penurunan pemesanan. Penurunan juga terjadi karena perlambatan

---

[4] Ni Putu Cahyani Putri Utami, "Analisis Ragam Bahasa Istilah Dalam Iklan Pariwisata Di Media Digital Pada Masa Pandemi COVID19" 4 (Juni 2020).

[5] "Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi," *Kemenparekraf/Baparekraf RI*, diakses 1 September 2021, https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi.

[6] "Dampak Pandemi, 32% Destinasi Wisata di Seluruh Dunia Ditutup," diakses 27 Agustus 2021, https://mediaindonesia.com/internasional/389404/dampak-pandemi-32-destinasi-wisata-di-seluruh-dunia-ditutup.

[7] Ni Ketut Muliati, "Pengaruh Perekonomian Indonesia di Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)," *Widya Akuntansi dan Keuangan* 2, no. 2 (6 Agustus 2020): 78–86, https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v2i2.874.

[8] "Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi."diakses 3 September 2021, https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/

perjalanan domestik, terutama karena ketidakpedulian masyarakat untuk melakukan perjalanan khawatir dengan dampak Covid-19.

Penurunan bisnis pariwisata dan perjalanan berdampak pada usaha UMKM, dan terganggunya lapangan kerja. Padahal selama ini pariwisata merupakan sektor padat karya yang menyerap lebih dari 13 juta pekerja. Angka itu belum termasuk dampak turunan atau *multiplier effect* yang mengikuti termasuk industri turunan yang terbentuk di bawahnya.[9]

Pariwisata saat ini menjadi salah satu tren yang berkembang cukup pesat dan dianggap sebagai industri yang cukup menjanjikan, alasannya karena pariwisata memiliki banyak manfaat bagi masyarakat juga negara baik dari segi ekonomi, budaya, lingkungan, ilmu pengetahuan, dan lainnya.[10] Pariwisata merupakan adalah sektor yang akan dapat mempengaruhi pendapatan daerah selain itu sektor pariwisata juga memberikan peluangan peningkatan lapangan kerja dan pemberdayaan potensi yang dimiliki oleh masyarakat baik potensi sosial maupun potensi budaya.[11] Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang cukup tergantung terhadap ketersediaan alam. Bertebarannya destinasi wisata yang menggunakan alam sebagai objeknya menunjukkan bagaimana peran alam terhadap perkembangan pariwisata.[12]

Untuk meningkatkan sektor pariwisata di masa pandemi virus corona, Dinas Pariwisata provinsi Riau bersama Dispar kabupaten/kota akan fokus pada program sertifikasi CHSE *(cleanliness, health, safety dan environment sustainability)*. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Riau mencatat jumlah

---

[9] I Dewa Gde Sugihamretha, "Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata," *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 4, no. 2 (8 Juni 2020): 191–206, https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113.

[10] Ita Suryani dan Teguh Tri Susanto, "Strategi Destination Branding Event Budaya Pemerintah Kota Bandung Sebagai Magnet Pariwisata" 3 (2018): 15.

[11] Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, dan Diah Fatma S, "Destination Branding Kawasan Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark," *Bulletin of Scientific Contribution: GEOLOGY* 17 (Agustus 2019): 77–84.

[12] Gusti Ketut Indra Pranata Darma dan Ni Made Rai Kristina, "Pemulihan Fungsi Alam Pariwisata Ditengah Pandemi Covid-19," *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11 (t.t.).

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
UIN SUSKA RIAU

kunjungan wisatawan tahun 2020 di Kabupaten Kuansing sejumlah 21.625 wisatawan.[13]

Di bidang pariwisata, Kabupaten Kuantan Singingi termasuk mempunyai potensi yang besar. Potensi wisata tersebut berupa budaya ataupun keindahan alam. dari potensi wisata tersebut, yang sangat prospektif dikembangkan adalah jenis obyek wisata alam dan budaya dengan atraksi-atraksi budaya lainnya yang dapat dikembangkan diantaranya.[14]

Salah satu destinasi wisata yang unik dan menarik dimiliki Kabupaten Kuantan Singingi sangat asri untuk dikunjungi terdapat di desa Pebaun Hilir. Pebaun Hilir merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau, Indonesia. Desa ini memiliki perbatasan dengan desa Pebaun Hulu Dan Pulau Binjai,. Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing) memiliki potensi refreshing yang melimpah ruah walau belum terkelola dengan baik, salah satunya Tobek Tandikek di desa Pebaun Hilir kecamatan Kuantan Mudik. Lokasi ini lokasi wisata baru di Kuansing yang tengah viral menjadi lokasi selfie dan foto serta refreshing warga.[15]

Wisata Tobek Tandikek Paboun atau lebih sering disebut dengan Tobek Paboun merupakan wisata persawahan yang di atasnya dibangun sebuah jembatan layang. Kata "Tobek" merupakan bahasa setempat merujuk kepada pembatas atau sebuah jalan setapak yang digunakan untuk melintasi sawah atau dalam bahasa Indonesia disebut "pematang sawah". Sedangkan kata "paboun" sendiri diambil dari nama desanya yaitu Pebaun Hilir. Salah satu yang menarik dari tempat ini adalah jembatan layang yang dibangun langsung di tengah-tengah persawahan.[16]

Objek wisata ini berawal pada tahun 2018, terdapat anggaran desa untuk membangun jembatan ditengah hamparan sawah dengan tujuan memudahkan para petani untuk menuai padi ke bagian arah hamparan sawah seberang saat musim

---

[13] "Di Masa Pandemi Dispar Riau Fokus Konsep Pariwisata CHSE," diakses 9 Januari 2021, https://infopublik.id/kategori/nusantara/510129/di-masa-pandemi-dispar-riau-fokus-konsep-pariwisata-chse.

[14] "PARIWISATA," diakses 27 Agustus 2021, https://kuansing.go.id/id/page/pariwisata.html.

[15] "Tobek Tandikek Paboun Tempat Selfie dan Refreshing yang Sedang Viral di Kuansing," diakses 27 Agustus 2021, https://kuansingterkini.com/berita/detail/7939/2018/09/29/tobek-tandikek-paboun-tempat-selfie-dan-refreshing-yang-sedang-viral-di-kuansing.

[16] "Destinasi Wisata Tobek Paboun di Bumi Kuantan Singingi," diakses 27 Agustus 2021, https://rri.co.id/pekanbaru/daerah/1118938/destinasi-wisata-tobek-paboun-di-bumi-kuantan-singingi?utm_source=terbaru_widget&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General%20Campaign.

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

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 Sultan Syarif Kasim Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

bercocok tanam tiba. Dengan dibangunnya jembatan yang unik sehingga membuat ketertarikan masyarakat sekitar untuk berwisata di Tobek yang bernuansa danau luas. Para pihak tim pengelola desa membuat inovasi wisata dengan menyediakan berbagai wahana yaitu perahu, bebek air, dan speedboat sebagai alat atau sarana transportasi untuk mengelilingi wisata tobek yang luas. Sehingga membuat peningkatan wisatawan yang berkunjung.

Biaya tiket masuk wisata Tobek Paboun sebesar Rp2.000/orang dengan tarif parkir sebesar Rp2.000/motor. Dan apabila memerlukan payung, tersedia rental payung seharga Rp5.000/payung. Begitu memasuki area wisata Tobek Paboun, pemandangan hamparan sawah luas atau digenangi air sehingga seakan-akan sebuah danau luas dengan menghirup udara bebas polusi, hawa yang sejuk dan segar dengan nuansa pedesaan yang masih terasa. Dan lebih seru nya di wisata ini terdapat wahana perahu, wisatawan dapat merasakan sendiri sensasi mendayung perahu di tengah area persawahan serta menikmati pemandangan dari seluruh penjuru sawah.

Area sawah ini mulai digenangi air selepas musim panen hingga menjelang musim menanam padi. Saat musim menanam padi tiba, diperkirakan sekitar bulan juli, sawah ini akan dikeringkan untuk kemudian ditanam padi kembali. Saat itu suasana sawah yang awalnya penuh dengan air akan berubah menjadi hamparan hijau yang luas. Namun sebelum itu, akan ada beberapa event seru yang akan diadakan di Tobek Paboun. Diantaranya adalah pacu perahu dan tradisi "marawang". Marawang sendiri merupakan tradisi menangkap ikan di sawah sebelum musim bertanam padi di mulai.

Upaya branding yang dilakukan oleh tim pengelola ataupun masyarakat sekitar Tobek Paboun ini salah satunya dengan menggunakan media sosial, dengan tujuan agar Tobek Paboun ini lebih dikenal dengan objek wisata baru yang menarik dikunjungi oleh orang dari dalam maupun luar daerah. Dan hal ini merupakan langkah *branding* bagi tim pengelola untuk terus meningkatkan dan menarik perhatian minta pengunjung. Pemandangan hamparan sawah yang luas pada wisata Tobek Paboun dengan bernuansa alam segar "*back to nature*" yang dimiliki oleh desa Paboun ini merupakan pokok utama dalam melakukan upaya desa Pebaun sebagai desa wisata.

Adapun upaya *branding* yang juga dilakukan oleh tim pengelolaTobek Paboun untuk mempromosikan dengan tujuan upaya meningkatkan jumlah pengunjung serta membranding desa Pebaun ini sebagai desa wisata, dengan usahanya untuk mempromosikan wisata Tobek Paboun dengan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi. Selain karena lebih simpel dan fleksibel, serta mudah pengiriman pesan sangat efektif, Oleh karena itu para

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.

pihak tim pengelolamembuat official akun media sosial Tobek Paboun ini guna sarana promosi, yaitu akun Instagram dengan nama pengguna @tobekpaboun serta halaman facebook dengan nama Tobek Paboun.

Branding merupakan alat utama untuk membuat sebuah destinasi pariwisata menjadi sesuatu yang memilik nilai yang secara tidak langsung diharapkan pengalaman yang diperoleh wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata menjadi lebih bernilai.[17] Branding adalah identitas produk dan warisannya. Oleh membangun citra merek yang kuat untuk suatu produk atau layanan, memberikan produk kepribadian, dan citra, dan satu suara atau pesan untuk merek. Hal ini pada akhirnya menentukan bagaimana konsumen berpikir tentang produk atau layanan dan bagaimana hal itu menonjol dari persaingan. *"Branding is a product's identity and its legacy. By building a strong brand image for a product or service, it gives the product a personality, an image, and the single voice or message for the brand. This ultimately determines how the consumer thinks about the product or service and how it stands out from the competition. The more unique the persona created, the more memorable the brand will be*".[18]

Menurut Blain et al dalam Marta Almeyda-Ibáñez *Destination Branding* merupakan serangkaian kegiatan pemasaran dengan tujuan adalah (1) Untuk mendukung terciptanya nama, simbol, logo, tanda kata atau grafis lainnya yang mudah mengidentifikasi dan membedakan dengan tempat wisata lainnya; (2) secara dapat konsisten menyampaikan harapan pengalaman perjalanan yang mengesankan dan unik bagi para wisatawan terkait dengan tujuan wisata; (3)berfungsi untuk mengkonsolidasikan dan meningkatkan hubungan emosional antara pengunjung wisatawan dan tujuan tempat wisata; (4) meminimalisir biaya pencarian konsumen dan risiko yang dirasakan.[19]

Semakin unik persona yang dibuat, semakin mudah diingat merek tersebut. Untuk mengembangkan pemahaman tentang konsep *Destination Branding* dan lebih khusus lagi 'city branding', ada baiknya meluangkan waktu untuk meninjau konsep merek, yang mendorong seluruh gagasan di balik makalah ini. Dengan demikian, definisi 'merek' yang paling terkenal dan dikutip adalah

---

[17] Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, dan Diah Fatma S, "Destination Branding Kawasan Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark."

[18] Robyn Blakeman, *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation*, Third edition (Lanham: Rowman & Littlefield, 2018).

[19] Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, dan Diah Fatma S, "Destination Branding Kawasan Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark."

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 UIN SUSKA RIAU

yang diusulkan oleh American Marketing Association (1960), atau dikenal sebagai definisi merek yang berorientasi pada perusahaan, yang menurutnya merek adalah: *A name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods or services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors* "Sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari para pesaing".[20]

Menurut pra-riset mengenai wisata Tobek Paboun, masih terdapat banyak masyarakat luar daerah yang tidak mengetahui wisata ini. Disebabkan akan kurang gencar nya promosi yang dilakukan oleh tim pengelolawisata Tobek Paboun maupun masyarakat setempat. Sehingga banyak dari daerah luar kabupaten Kuantan Singingi masih belum mengetahui objek wisata yang berada di desa Pebaun ini. Upaya yang dilakukan oleh tim pengelolabersama stakeholder lainnya dalam mengkomunikasikan potensi dan nilai destinasi wisata Tobek Paboun ini belum berhasil tercapai kepada masyarakat luas.

Berdasarkan dari fenomena bahwa Desa Pebaun memiliki potensinya dalam bidang pariwisata dengan adanya wisata Tobek Paboun. Tetapi terdapat dari sejumlah masyarakat yang belum mengetahui betul mengenai wisata ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai "***Destination Branding* Desa Pebaun sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun**". Dengan tujuan agar wisata ini lebih dikenal oleh masyarakat luar daerah Kabupaten Kuantan Singingi.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka akan digunakan penegasan istilah sebagai berikut:

1.2.1 Destination Branding

Destination branding merupakan upaya untuk menciptakan citra yang positif tentang suatu daerah tujuan wisata dengan tujuan untuk menarik kunjungan wisatawan, serta memberikan pengalaman yang

[20] Irisi Kasapi dan Ariana Cela, "Destination Branding: A Review of the City Branding Literature," *Mediterranean Journal of Social Sciences* 8, no. 4 (27 Juli 2017): 129–42, https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0012.

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

berkesan bagi pengunjung. Destination branding ini diperlukan agar persepsi antara pengelola tempat dan pengunjung memilki pemahaman yang sama tentang tujuan wisata.[21]

1.2.2 Desa Wisata

Desa wisata merupakan pengembangan dari suatu kawasan pedesaan yang memiliki karatkeristik unik yang berpotensi untuk dijadikan destinasi wisata dilengkapi dengan fasilitas pendukung.[22]

1.2.3 Tobek Paboun

Tobek Tandikek Paboun atau lebih sering disebut dengan Tobek Paboun. Wisata Tobek Paboun terletak di Desa Pebaun Hilir, Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Jaraknya sekitar 32 km atau lebih kurang 45 menit dari kota Taluk Kuantan dengan menggunakan transportasi darat.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana aktivitas *Destination Branding* yang dilakukan oleh tim pengeloladesa wisata Paboun sebagai desa wisata melalui wisata Tobek Paboun?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui proses *Destination Branding* yang dilakukan oleh lembaga/tim pengelola desa Paboun melalui wisata Tobek Paboun dalam upaya mengenalkan Desa Pebaun sebagai desa wisata.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terdapat pada manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

---

[21] Awafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman, dan Akim, "Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal," *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan* 4, no. 2 (5 Juni 2020): 84–97, https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53.

[22] Kezia Ratih Ayu Lanita, Listia Natadjaja, dan Rika Febriani, "PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA WISATA PUJON KIDUL MALANG JAWA TIMUR," t.t., 11.

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi khususnya kajian *Destination Branding* dalam mempromosikan desa paboun sebagai desa wisata.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk membantu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dan masyarakat desa Paboun untuk memperkenalkan desa Paboun sebagai desa wisata unggulan.
2. Untuk memberikan informasi mengenai langkah-langkah komunikasi pemasaran dalam memasarkan desa wisata Paboun.

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

UIN SUSKA RIAU
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

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan beberapa kajian terdahulu atau penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Adapun tujuan dari penguraian ini kajian terdahulu untuk menentukan posisi penelitian serta menjelaskann perbedaannnya. Selain itu penelitian terdahulu sangat berguna untuk perbandingan. Dengan demikian penelitian yang peneliti lakukan ini benar-benar dilakukan secara orisinil. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti maksud adalah:

2.1.1 Artikel jurnal *Destination* Brand Storytelling: Analisis Naratif Video *The Journey to A Wonderful World* Kementerian Pariwisata

Penelitian ini dilakukan oleh Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi pada tahun 2018 yang di publikasikan di Jurnal Komunikasi Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengumpulkan dan mengolah data temuan. Dengan Teknik pengumpulan data menggunakan analisis teks.

Hasil penelitian ini memiliki pesan utama untuk menggambarkan beberapa destinasi wisata di Indonesia sesuai dengan lima keajaiban (wonders) yakni: natural, cultural, modern, sensory dan adventurous. Video The Journey to A Wonderful World telah menerapkan beberapa aspek yang terdapat pada 7 pilar storytelling dalam video, di antaranya adalah emotion, plot, structure, dan voice. Sementara hero, villain, dan conflict tidak terdapat pada video promosi pariwisata tersebut. Pada akhirnya, hal itu membentuk persepsi pada khalayak yang menonton untuk mendapat efek feeling positive setelah menonton tayangan tersebut.

Branding tempat dipercaya sebagai cara ampuh untuk membuat sebuah kota ataupun destinasi menjadi terkenal. Sebuah tempat dengan brand yang kuat mampu menjadi pembeda di antara tempat lainnya. Identitas me- rupakan instrumen yang menjadi dasar dari proses branding. Identitas memungkinkan sebuah tempat atau destinasi menjadi berbeda

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

dari tempat lain yang menjadi pesaingnya.[23] Dalam kasus ini, *Destination Branding* yang dilakukan oleh Kemenpar dapat menghindari efek dari konflik yang ingin dihadirkan dalam video tersebut, misalnya pada budaya tertentu: konflik terjadi saat tarian terkesan memiliki unsur kekerasan sehingga dapat berpengaruh pada brand image.

Persamaan Penelitian yang dilakukan oleh Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi dengan peneliti teliti ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengumpulkan dan mengolah data temuan. Dan persamaan dalam penggunaan konsep *Destination Branding*. Adapun perbedaan penelitian yang sebelumnya dengan saat ini peneliti teliti ialah Teknik pengumpulan data yag digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu analisis teks. Serta perbedaan terdapat juga pada obyek penelitian ini merupakan teks atau narasi berupa audio-visual.

2.1.2 Artikel jurnal "*Destination Branding* Kawasan Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark"

Penelitian yang dilakukan oleh Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, Diah Fatma S pada tahun 2019 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung. Artikel jurnal ini di publikasikan oleh Bulletin of Scientific Contribution GEOLOGY. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan rumusan masalah deskriptif.

Tujuan Penelitian ini untuk membangun sebuah merek pada sebuah kawasan wisata di wilayah Sukabumi melalui potensi yang dimiliki yaitu geopark, sehingga lebih terarah dan bermanfaat secara maksimal untuk keberlanjutan serta kemandirian sebuah komunitas masyarakat di kawasan wisata. Dalam destinantion brand kepercayaan merek didefinisikan sebagai kesediaan seorang wisatawan mengandalkan pengetahuan yang telah dibangun dari merek tempat wisata yang memberikan janji-janji dan akan memenuhi harapan para wisatawan.[24]

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti lakukan adalah metode yang digunakan dalam penelitian sama-sama

[23] Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi, "Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 7, no. 1 (1 Oktober 2018): 73–86, https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692.

[24] Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, dan Diah Fatma S, "Destination Branding Kawasan Ciletuh Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark."

UIN SUSKA RIAU
© 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.

menggunakan pendekatan kualitatif serta membahas tentang membangun Destination Branding, dengan objek penelitian yang sama. Fokus penelitian Destination Branding melalui wisata yang diteliti oleh peneliti sama dengan penelitian yang dilakukan Marlina Mustikaningsih, dkk.

Perbedaannya penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah lokasi dan juga terdapat pada pengumpulan data. Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Mustikaningsih dengan cara studi literatur yaitu bersumber pada buku dan internet untuk mencari referensi dan untuk mencari teori-teori yang berkaitan dengan kasus dan masalah yang dapat dijadikan bahan penelitian.

2.1.3 Artikel jurnal "Perancangan *Destination Branding* Kota Pontianak Sebagai Kota Kuliner"

Penelitian ini dilakukan oleh Sandy, Lasiman, dan Maria Nala Damajanti, Universitas Kristen Petra Surabaya, Fakultas Seni dan Desain, Program Studi Desain Komunikasi Visual, dan Institut Seni Indonesia, Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain Komunikasi Visual. Artikel jurnal ini di publikasikan pada Jurnal DKV Adiwarna. Penelitian ini membahas tentang bagaimana perancangan *Destination Branding* untuk menanamkan pemahaman bahwa Kota Pontianak adalah sebagai kota kuliner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan konsep *Destination Branding* dan konsep pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perancangan *Destination Branding* untuk menanamkan pemahaman bahwa Kota Pontianak adalah sebagai kota kuliner. Dengan adanya perancangan destination branding Kota Pontianak sebagai Kota kuliner ini diharapkan Kota Pontianak dapat menjadi Kota yang dikenal sebagai Kota kuliner oleh masyarakat luas dan wisata kulinernya dapat terekspose sehingga wisatawan domestik maupun mancanegara tertarik untuk datang ke Kota Pontianak.[25]

Hasil penelitian ini adalah dari hasil observasi lapangan, wawancara, dokumentasi data serta analisa mengenai wisata kuliner di

[25] Maria Nala Damajanti, "Perancangan Destination Branding Kota Pontianak Sebagai Kota Kuliner," t.t., 11.

© 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.

Kota Pontianak dapat disimpulkan bahwa kuliner di Kota Pontianak sangat berpotensi tetapi sayang potensi kurang terekspos di masyarakat Indonesia dan penyampaian informasi tentang wisata kuliner di Kota Pontianak masih kurang. Di Kota Ponitanak sendiri banyak menawarkan makanan-makanan yang beragam, tetapi hal itu kurang didukungnya oleh media yang tepat untuk mempromosikannya. Dengan menggunakan media buku cetak seperti buku dan didukung oleh media lainnya seperti website,sosial media, flyer,dan x-banner, diharapkan dapat menanamkan suatu pemahaman bahwa Kota Pontianak layak menjadi salah satu kota kuliner yang ada di Indonesia. Buku wisata kuliner Kota Pontianak ini akan menampilkan berbagai macam kuliner, lokasi, jam operasional beserta sejarah tempat makan tersebut.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah pada metode pendekatan kualitatif, dan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalahh pada penelitian sebelumnya menggunakan konsep pemasaran dan konsep perancangan. Serta tujuan dari penelitian ini berbeda dengan yang akan diteliti oleh peneliti mengenai branding satu desa wisata melalui objek wisata, sedangkan pada penelitian sebelumnya ini merupakan perancangan branding wisata kuliner di Pontianak.

2.1.4 Artikel jurnal "*Destination Branding* Wisata Belanja Kabupaten Magetan"

Penelitian ini dilakukan oleh Siti Ning Farida dan Herlina Suksmawati, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional—Veteran Jawa Timur, Surabaya pada tahun 2017. Artikel jurnal ini di publikasikan di Jurnal Bisnis Indonesia (JBI). Teori dan konsep dipaparkan oleh peneliti dipergunakan sebagai bahan analisis data temuan peneliti di lapangan. Beberapa konsep yang digunakan oleh peneliti adalah konsep mengenai identitas korporat, *branding*, *Destination Branding* meliputi teori dan elemen pembentukan *Destination Branding*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukan tahapan pembentukan sentra industri kulit sebagai destinasi branding Kabupaten Magetan, diawali dengan menentukan segmentasi pasar, lalu selanjutnya membangun identitas dan yang terakhir adalah mengimplementasikan keberadaan sentra industri kulit sebagai destinasi branding. Elemen pembentukan sentra industri kulit ada pada produk yang dimiliki oleh sentra industri kulit tersebut. Ciri khas dari kelebihan produk yang dimiliki dapat

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

membentuk elemen brand identity dan brand essense serta brand image pada *Destination Branding* Kabupaten Magetan.

Yang dilakukan untuk mengiplementasikan strategi destinasi branding Kabupaten Magetan adalah dengan melakukan pembinaan terhadap pengrajin kulit, terutama pada pembinaan UKM yang berada di Kabupaten Magetan, selain itu juga pembinaan terkait dengan pembinaan mengenai manajemen pelayanan. Tahapan ini dibentuk untuk mengintegrasikan semua pihak yang terlibat dalam pembentukan destinasi branding.[26]

Persamaan penelitian sebelumnya dengan yang diteliti oleh peneliti yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif, serta konsep yang digunakan mengenai *Destination Branding*. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Siti Ning Farida dan Herlina Suksmawati ini dengan yang akan peneliti teliti adalah dengan menggunakan sumber data sekunder melalui studi kepustakaan dan dokumentasi.

2.1.5 Artikel jurnal "Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Bermi Kabupaten Probolinggo"

Penelitian ini dilakukan oleh program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra. Artikel jurnal ini di publikasikan pada Jurnal DKV Adiwarna. Perancangan ini merupakan perancangan Branding lokasi wisata di Kabupaten Probolinggo yaitu Desa Bermi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perancangan *Destination Branding* untuk mempromosikan pemahaman bahwa desa Bermi adalah sebagai desa yang memiliki potensi-potensi wisatanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan konsep *Destination Branding* dan konsep pemasaran.

Hasil penelitian ini adalah strategi *branding* yang peneliti teliti akan berdampak bagi lokasi yang telah di branding tersebut agar memiliki satu identitas tersendiri yang membuat pengunjung dapat membentuk image terhadap lokasi tersebut. Konsep dasar perancangan destination branding ini adalah untuk membentuk identitas suatu daerah yang nantinya

[26] Siti Ning Farida dan Herlina Suksmawati, "Destination Branding Wisata Belanja Kabupaten Magetan," *Prosiding Semnasfi* 1, no. 1 (9 Mei 2018): 109, https://doi.org/10.21070/semnasfi.v1i1.1143.

© 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.

akan mempermudah orang dalam mempresentasikan daerah tersebut. Branding yang sudah terbentuk juga akan mempermudah daerah tersebut dalam mengembangkan usaha lain kedepannya.[27]

Penelitian sebelumnya dengan yang peneliti teliti terdapat kesamaan dalam metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan metode menganalisis data nya dengan menggunakan analisis SWOT. Dan terdapat kesamaan mengenai latar belakang yang peneliti teliti adalah membahas desa ini merupakan desa yang mulai mengembangkan potensi-potensi wisatanya.

Persamaannya ialah metode yang digunakan yaitu metode kualitatif, dan penggunaan konsep *Destination Branding*. Perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai penggunaan konsep penelitian, pada penelitian sebelumnya peneliti menggunakan konsep promosi, dan konsep perancangan.

2.1.6 Artikel jurnal "Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar"

Penelitian ini dilakukan oleh Eka Sita Michandani, I Nyoman Sukma Arida Program Studi Sarjana Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana pada tahun 2017. Artikel jurnal ini di publikasikan di Jurnal Destinasi Pariwisata. Desa Wisata Kerta memiliki banyak potensi wisata mulai dari potensi alam, potensi budaya dan potensi buatan. Desa Wisata Kerta ini termasuk dalam kriteria desa wisata sangat memenuhi. Desa Kerta ditetapkan menjadi Desa Wisata berdasarkan SK Bupati Nomor 429/E02/HK/2017 ini mulai dikembangkan menjadi desa wisata diperlukan pemberian *Destination Branding* untuk menjadi alat promosi desa wisata Kerta. Untuk itu dibutuhkan perencanaan destinastion branding supaya lebih mencirikan desa wisata.

Konsep dari perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta yakni untuk membentuk indentitas bagi Desa Wisata Kerta yang nantinya mempermudah orang dalam menggambarkan atau mempresentasikan Desa

[27] Cartenius Jaya Wijaya, "PERANCANGAN DESTINATION BRANDING DESA WISATA BERMI KABUPATEN PROBOLINGGO," t.t., 11.

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

Wisata Kerta.[28] Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepada kita bahwa merek dari Desa Wisata Kerta adalah Iklim Kampung. Desa Iklim dipilih sebagai brand Desa Wisata Kerta karena Desa Kerta telah memenangkan banyak penghargaan sebagai Desa Iklim. Desain logo Desa Kerta sebagai Desa Iklim digambarkan dengan empat komponen seperti bambu, sapi atau sapi, manusia dan kuil. Bambu, ternak dan manusia adalah terhubung ke konsep Tri Hita Karana, sementara kuil menunjukkan kepada kita hubungan antara manusia dan Tuhan.

Persamaannya ialah menggunakan konsep *Destination Branding*, dan metode pendekatannya menggunakan metode kualitatif. Terdapat perbedaan dari penelitian ini adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data penelitian ini melalui teknik pengumpulan data menggunakan *Focus Group Discussion* (FGD), penggunaan konsep kreatif dan konsep perancangan juga merupakan perbedaan yang terdapat dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

2.1.7 Artikel jurnal "Proses *Destination Branding* Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia"

Penelitian ini dilakukan oleh Yoyoh Hereyah dan Rastri Kusumaningrum, pada tahun 2019. Artikel jurnal ini di publikasikan di Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis studi kasus. Konsep yang digunakan model komunikasi *Elaboration Likelihood* yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo sebagai petunjuk teoritis.

Destination branding Wisata Museum Indonesia merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh pemerintah beserta komunitas penggiat museum untuk memperkenalkan wisata museum kepada masyarakat, dimana masyarakat maupun wisatawan yang mengunjungi museum sebagai destinasi wisata di Indonesia sangat kurang bila dibandingkan dengan destinasi wisata yang lain seperti wisata alam dan wisata bahari.[29]

---

[28] Eka Sita Michandani dan I Nyoman Sukma Arida, "Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar," *JURNAL DESTINASI PARIWISATA* 7, no. 1 (1 Juli 2019): 111, https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2019.v07.i01.p17.

[29] Yoyoh Hereyah dan Rastri Kusumaningrum, "Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia," *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi* 9, no. 2 (31 Desember 2019): 15–34, https://doi.org/10.34010/jipsi.v9i2.2466.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penerapan *Destination Branding* wisata museum Indonesia yang dilakukan oleh Komunitas Jelajah Budaya dengan memberikan exposure pesan melalui Program Jelajah Kota Toea Dan Night Time Journey At The Museum lebih menekankan pada pendekatan personal, word of mouth dan kemasan program sehingga mempersuasi orang-orang yang memiliki motivasi dan kebutuhan terhadap pesan tersebut, yang kemudian dianalisis menggunakan elaboration likelihood model dan menunjukkan perbedaan jalur penerimaan pesan melalui rute central dan rute peripheral dengan faktor perbedaan motivasi, kebutuhan dan kemampuan mengevaluasi pesan yang kemudian membentuk perubahan sikap.

Penelitian sebelumnya dengan yang peneliti teliti terdapat kesamaan dalam menggunakan konsep tentang branding sebuah daerah atau wisata. Sedangkan terdapat perbedaannya pada penelitian ini dengan peneliti teliti yaitu metode nya yang digunakan metode kualitatif analisis studi kasus penggunaan, dan teknik pengumpulan data yang mana penelitian sebelumnya tidak menggunakan pengumpulan data secara documenter/dokumentasi.

2.1.8 Artikel jurnal "*Destination Branding* Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal"

Penelitian ini dilakukan oleh Alwafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman, Akim pada tahun 2020, Universitas Padjadjaran, Bandung. Artikel jurnal ini di publikasikan di Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan. Dengan tujuan wisata halal dengan melihat pengembangan pariwisata halal di tiga daerah unggulan yaitu Lombok, Aceh, dan Sumatera Barat yang memiliki budaya, karakter, kepribadian, nama, logo dan slogan sesuai dengan kriteria konsep wisata halal, karena setiap daerah ini memiliki potensi wisata halal berdasarkan karakteristiknya masing-masing. Branding wisata halal Indonesia dapat dilihat logo, nama, dan slogan yang ditampilkan sebagai upaya untuk memberikan gambaran secara visual kepada masyarakat tentang pariwisata halal di Indonesia. Selain itu dalam branding destinasi juga membutuhkan

© 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.

budaya yang ada di masyarakat, karakteristik masyarakatnya yang mayoritas Muslim.[30]

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia memulai branding destinasi dengan mendirikan Logo Halal Tourism Indonesia, Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders, untuk menggambarkan destinasi wisata halalnya, maka menunjuk tiga daerah yang dianggap siap menjadi destinasi wisata halal unggulan yaitu Lombok (Lombok Ramah), Aceh (Cahaya Aceh), dan Sumatera Barat (Taste of Padang) dilihat dari fasilitas dan layanan yang memenuhi kriteria wisata halal dan memenangkan penghargaan wisata halal terbaik dunia yang mewakili Indonesia di Ktt Perjalanan Halal Dunia di Abu Dhabi 2015 dan 2016. Selain itu, Indonesia juga melakukan upaya halal. Diplomasi pariwisata melalui perjalanan pengenalan, menghadiri pameran nasional dan internasional, dan melalui media dan melihat hasil dari meningkatnya jumlah wisatawan Timur Tengah yang berkunjung sebagai target pasar utama untuk wisata halal.

Persamaannya ialah metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan menggunakan konsep *Destination Branding* yang dilakukan. Perbedaannya pada penelitian sebelumnya dengan peneliti teliti ini menggunakan Pengumpulan data pada penelitian ini dengan studi pustaka yang bersumber dari buku, jurnal, laporan, berita resmi, press release sebagai sumber primer sedangkan sumber dari internet sebagai pendukung. metode pengumpulan datanya menggunakan melalui pengumpulan data, penyajian data dalam bentuk narasi maupun gambar, dan menarik kesimpulan. Serta pada penelitian ini menggunakan konsep wisata halal, sedangkan pada penelitian yang peneliti teliti tidak menggunakan konsep wisata halal, serta konsep diplomasi public.

2.1.9 Artikel jurnal "Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner"

Penelitian ini dilakukan oleh Nurul Aini Raosindah Maruto, dan Anam Miftakhul Huda, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya, pada tahun 2020. Artikel jurnal ini di publikasikan di Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna. Branding

[30] Subarkah, Junita Budi Rachman, dan Akim, "Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal."

© 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
© 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.

yang dilakukan oleh tim pengelola Kampung Wisata Lawang Seketeng dengan menyusun program kegiatan yang bekerja sama dengan Komunitas Love Suroboyo. Berbagai program yang telah direncanakan seperti halnya pada program dongeng yang ditujukan kepada anak usia dini, hal tersebut merupakan upaya branding yang dilakukan oleh pengelola untuk meningkatkan jumlah pengunjung serta membranding Kampung Lawang Seketeng.[31]

Hasil dari pembahasan penelitian ini, berdasarkan konsep tahapan destinasi branding yang ditemukan yaitu strategi dari tim tim pengelolauntuk mengembangkan wisata kulinernya dengan aktif membuat program kuliner yang diadakan di wisata Tobek Paboundan aktif mempromosikan kuliner melalui aplikasi driver online maupun media sosial. Keterkaitan dari wisata Heritage sangat berdampak pada wisata kuliner yang mampu memberikan jumlah peminat dari wisatawan. Strategi tersebut didukung dengan adanya tiga jenis kuliner khas wisata Tobek Pabounyaitu Rujak topak, Sate manggul, dan Martabak mie.

Persamaan pada penelitian yang dilakukan Nurul Aini Raosindah Maruto, Anam Miftakhul Huda ini menggunakan pendekatan penelitian dengan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Terdapat juga persamaan dalam penggunaan teori dari Morgan dan Pritchard, destinasi branding Sumber data dari penelitian ini berasal dari wawancara langsung, dan dilanjutkan dengan wawancara online melalui media sosial yaitu Whatsapp, studi dokumen dan rekaman arsip dari tim pengelolaWisata Tobek Paboun.

Namun terdapat sedikit perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang teliti dari segi tujuannya yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Nurul Aini Raosindah dan Anam Miftakul Huda ini bertujuan dalam *Destination Branding* wisata kuliner, sedangkan penelitian yang peneliti teliti adalah *Destination Branding* desa wisata melalui suatu objek wisata. Dan perbedaannya pada penelitian sebelumnya menggunakan metode studi kasus, sedangkan yang peneliti teliti menggunakan metode deskriptif.

[31] Nurul Aini Raosindah Maruto dan Anam Miftakhul Huda, "DESTINASI BRANDING KAMPUNG LAWANG SEKETENG SEBAGAI WISATA KULINER," *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 8, no. 2 (5 September 2020): 118, https://doi.org/10.30659/jikm.v8i2.11318.

© 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.

2.1.10 Artikel Jurnal "Strategi *Destination Branding* Event Budaya Pemerintah Kota Bandung Sebagai Magnet Pariwisata"

Penelitian ini dilakukan oleh Ita Suryani dan Teguh Tri Susanto Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika, pada tahun 2018 dan di publikasikan oleh Jurnal Akrab Juara.

Hasil penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi wisata Kota Bandung, maka Pemerintah Kota Bandung mencanangkan strategi destination branding melalui slogan "*Stunning Bandung*". Strategi destination branding perlu dilakukan untuk mengedukasi potensi wisata kota Bandung agar semakin dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara, dan diharapkan strategi destinasi branding ini dapat berperan sebagai magnet pariwisata dan menjadikan kota Bandung sebagai destinasi wisata primadona di Indonesia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ita Suryani dengan penelitian yang peneliti teliti ialah dalam penggunaan konsep branding. Perbedaannya ialah dalam penggunaan metodologi penelitiannya. Penelitian yang peneliti teliti saat ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif sedangkan penelitian yang peneliti teliti sebelumnya menggunakan metode kualitatif studi kasus. Adapun terdapat juga perbedaannya yaitu pada penelitian yabng dilakukan oleh Ita Suryani menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan (*library research).*

2.2 Landasan Teori

Pada sub ini disajikan landasan teoritis. Landasan teori memuat teori-teori dengan tujuan untuk memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan landasan teori inilah kerangka pikir dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

2.2.1 Konsep Branding

A brand is something that is owned by buyers and other stakeholders. The argument is this: just as capital is a concept, so is a brand. Although a brand is related to a physical product or service it is

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

itself immaterial. It is a transforming idea that converts the tangible into something of value.[32]

Menurut American Marketing Association dalam buku Yananda & Salamah, brand merupakan kombinasi dari nama, istilah, simbol dan desain yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dari keseluruhan kombinasi tersebut,menciptakan diferensiasi dari yang merek lain dan berfungsi untuk mengidentifikasi satu produk atau jasa.[33]

Istilah "*branding*" berakar dari sebuah kata Norwegia Kuno "*brand*", yang berarti "membakar". Istilah "*brand*" masih diartikan sedemikian bagi para peternak ketika memberikan cap identitas pada ternaknya. Seiring dengan berkembangnya dunia perdagangan, brand diartikan sebagai asal atau sumber dari suatu produk atau pembeda sebuah produk dengan produk lainnya.[34]

Menurut Burhan (2015) Brand suatu destinasi haruslah mencakup keseluruhan destinasi yang didalamnya terdapat nilai, filosofi, budaya, serta harapan masyarakat atau stakeholder di dalam destinasi tersebut.35

Menurut Kotler adapun suatu *brand* dapat memiliki 6 (enam) level pengertian sebagaiberikut.

a. Atribut

   Atribut berarti bahwa brand mengingatkan pada atribut-atribut tertentu

b. Manfaat

   Manfaat berarti bahwa atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional,

c. Nilai

   Nilai berarti bahwa brand juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen,

---

[32] Nigel Morgan, Annette Pritchard, dan Roger Pride, *Destination Brands*, 0 ed. (Routledge, 2012), https://doi.org/10.4324/9780080969312.

[33] Mas RobbyHaqqi, "Perancangan Destination Branding Desa Wisata Tambakrejo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness," 2020.

[34] Damajanti, "Perancangan Destination Branding Kota Pontianak Sebagai Kota Kuliner."

[35] Suryani dan Susanto, "Strategi Destination Branding Event Budaya Pemerintah Kota Bandung Sebagai Magnet Pariwisata."

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

d. Budaya

Budaya berarti bahwa brand juga mewakili budaya tertentu,

e. Kepribadian

Kepribadian berarti bahwa brand juga mencerminkan kepribadian tertentu,

f. Pemakai

Pemakai berarti bahwa brand menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan brand tersebut.

Branding berasal dari kata *brand* yang berarti merek. Fungsi dari brand atau merek sendiri adalah sebagai pembeda atau pembanding dengan merek-merek lainnya. Kegiatan komunikasi perusahaan dalam rangka proses membangun, membesarkan, dan menguatkan brand itulah yang disebut dengan branding.

Brand merupakan indikator dari nilai (*value indicators*), yang dapat dilihat dari dua perspektif yaitu dari sudut pandang destinasi dan dari sudut pandang terget pelanggan. Bagi destinasi, *brand* merupakan *intangible asset* (aset tak kasat mata) yang dapat dijadikan sebagai sarana bersaing, karena tidak sedikit pelanggan yang berkunjung ke suatu destinasi dikarenakan oleh brand, bukan karena produk atau manfaat lainnya.[36]

Sebagaimana dikatakan oleh Regis McKenna, "brand yang berhasil tidak lebih dari sebuah hubungan yang spesial" (dalam Duncan 2005: 83). Keberhasilan brand bergantung pada bagaimana mempertahankan kepercayaan publik.[37] Branding bisa dikatakan sebagai pencitraan dari desa wisata yang diperlukan agar tampilan desa wisata tersebut lebih segar, lebih atraktif, lebih diingat orang dan pada akhirnya orang akan ramai datang berkunjung ke desa wisata tersebut.

Branding merupakan rangkaian proses yang digunakan untuk menciptakan suatu pemahaman dan kesadaran akan merek terhadap khalayak atau konsumen. Branding juga dapat dikatakan sebagai kegiatan

[36] "Destination Branding: Rahasia Destinasi Menjadi Pemenang," diakses 30 Agustus 2021, https://pemasaranpariwisata.com/2019/10/15/destination-branding/.

[37] Prayudi Prayudi dan Heti Herastuti, "Branding Desa Wisata Berbasis Ecotourism," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16, no. 3 (31 Januari 2020): 227, https://doi.org/10.31315/jik.v16i3.3204.

UIN SUSKA RIAU
© 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.

pemerekan dengan mengoptimalkan ide, pesan, dan media untuk menciptakan nilai, arti, makna dengan tujuan sebagai suatu bentuk pembeda. Tujuan dari branding adalah untuk membangun kepercayaan, dan citra merek menjadi baik di mata konsumen.[38]

2.2.1 Konsep *Destination Branding*

Istilah *branding* dalam bidang industri pariwisata disebut dengan *Destination Branding. Destination branding* adalah sebuah konsep *branding* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas brand sebuah destinasi wisata.

Destination Branding merupakan usaha menciptakan persepsi seseorang terhadap suatu tempat atau tujuan, dengan memasarkan potensi yang menjadi keunggulan dan mampu menjadi pembeda dari tempat lainnya untuk menjadi destinasi wisata. Ritchie dan Ritchie (1998) mendefinisikan *Destination Branding* sebagai:

> *"a name, symbol, logo, word mark or other graphic that both identifies and differentiates the destination; furthermore, it conveys the promise of a memorable travel experience that is uniquely associated with the destination; it also serves to consolidate and reinforce the recollection of pleasurable memories of the destination experience" (dalam Blain, Levy, Ritchie, 2005, p. 329).*[39]

Morgan & Pritchard (2002) menyarankan ada 5 tahapan dalam proses atau pembentukan *Destination Branding*. Pertama, investigasi pasar dan rekomendasi strategis. Kedua, pengembangan brand identity. Ketiga, pengenalan brand (*communicating the vision*) sebagai langkah memperkenalkan brand diantaranya melalui adversiting, direct marketing, personal selling, public relations, dll. Keempat, implementasi brand (*brand implementation*), merupakan suatu usaha untuk mengintegrasikan semua pihak yang terlibat dalam pembentukan merek sehingga *Destination Branding* dapat berhasil. Kelima, monitoring, evaluasi dan review.[40]

---

[38] Asfira Rachmad Rinata dan Yohanes Hanoe, "Branding 'Brawijaya Edupark' Sebagai Wisata Edukasi di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 10, no. 1 (2021): 8.
[39] Kasapi dan Cela, "Destination Branding."
[40] Trisakti dan Alifahmi, "Destination Brand Storytelling."

© 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.

Menurut Morgan & Pritchard Dalam *Destination Branding* terdapat lima tahapan yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1) *Market investigation, analysis and strategic recommendations*

Tahap kegiatan pemetaan potensi pasar. Tahapan pemetaan potensi pasar tersebut mencakup mengidentifikasi kebutuhan pengunjung, menganalisa peluang dipasar, menciptakan produk sesuai permintaan pasar, dan menentukan nilai produk/jasa.

2) *Brand identity development*

Tahap ini merupakan kegiatan pengembangan identitas brand yang meliputi ekspresi visual dari brand yang dikomunikasikan ke dunia luar, dan termasuk *nama, logo, tagline*. Pada tahap ini dilakukan riset analisis *strength, weakness, opportunity,* dan *threat* dari destinasi wisata tersebut. Serta dilakukan segmentasi, targeting, dan positioning untuk menggambarkan brand image pada suatu daerah yang akan dijadikan tujuan wisata.

3) *Brand launch and introduction: communicating the vision*

Tahap ini merupakan upaya menentukan kepada siapa dan melalui media apa komunikasi *brand* ditujukan. Brand launch dapat dilakukan melalui berbagai media sebagai berikut:

a) Advertising

Branding pada advertising ini dapat menggunakan media elektronik, media cetak, dan media online untuk menyampaikan informasi seputar destinasi wisata.

b) Direct Marketing

Branding yang dilakukan dengan memanfaatkan beberapa media iklan untuk merangsang minat konsumen. Pada Direct marketing ini dapat ditemukan direct mail, direct call, pemasaran elektronik, telepon, website dan internet media sosial.

c) Sales Promotion

Pada tahap sales promotion ini merupakan langkah kegiatan jangka pendek dimana pemasar dapat membuat

sebuah promosi atau program-program menarik yang mampu mendorong penjualan.

d) Public Relations

Public relations ini merupakan strategi dalam menjalin hubungan baik, serta upaya membangun dan mempertahankan citra, rasa saling pengertian antara organisasi, komunitas dan publiknya.

4) *Brand implementation*

Implementasi merek pada sebuah produk merupakan suatu usaha untuk mengintegrasikan semua pihak yang terlibat dalam pembentukan suatu merek, sehingga *destination branding* dapat berhasil

5) *Monitoring, evaluation and review*

Destination branding dapat dikatakan sebagai suatu bentuk usaha yang dapat merubah pemahaman dari seorang atau kelompok kepada suatu lokasi atau tempat yang bertujuan melihat perbedaan sebuah tempat lainnya untuk dipilih sebagai tujuan. memberikan pendapat bahwa destination branding memiliki beberapa element yang dikombinasikan dengan brand yaitu nama, logo, simbol, karakter, gambar, warna, nada, jingle, tagline, hastag, urls, keyword.

Destination Branding digunakan untuk mencapai tujuan yang beragam. Secara umum, tujuan-tujuan tersebut adalah:

a. Membangun brand image positif bagi lokasi.
b. Meningkatkan quality of life (kesejahteraan hidup) suatu lokasi.
c. Menarik target market, seperti kunjungan, penduduk dan pegawai, bisnis dan industri.
d. Menemukan pasar ekspor.

Branding bukan hanya merupakan merek, brand menggabungkan banyak elemen yang kemudian diformulasi menjadi sebuah konsep destination brand Kaplanidou (2003).

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

Elemen tersebut terdiri atas *brand identity, brand essence atau brand soul, brand character, brand personality, brand culture dan brand image*.[41] Berikut uraian dari masing-masing elemen:

A. *Brand identity*. Brand identity merupakan serangkaian strategi yang dibentuk dalam bentuk asosiasi yang merepresentasikan barang atau jasa tersebut. Lebih lanjut dijelaskan bahwa brand identity dapat merefleksikan produk dan jasa yang ditawarkan lokasi destinasi.
B. *Brand essence* atau brand soul. Konsep brand essence sebagai suatu hal yang dapat mewakili elemen emosional dan brand tersebut.
C. *Brand character*. Konsep brand character sebagai hubungan antara pengalaman berwisata para wisatawan dengan membentuk karakter mereka.
D. *Brand personality*. Brand personality adalah suatu cara yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik merek dari luar di mata konsumen. Brand diberikan karakteristik yang bisa didapat melalui proses komunikasi

Dalam *Destination Branding* wisata, menurut Carmen Blain (2005) pada buku Ali Hasan, terdapat serangkaian aktivitas pemasaran yang berfungsi sebagai pembentuk citra destinasi secara positif pada pengunjung, yaitu:

a. Menciptakan dan mengidentifikasi secara langsung nama, simbol, logo, atau tulisan dan membedakan destinasi di tengah persaingrn tawaran destinasi lainnya.
b. Mengomunikasikan harapan atas pengalaman untuk menimbulkan kesan ke sebuah destinasi.
c. Memperkuat hubungan emosional destinasi dengan pengunjung.
d. Mengurangi biaya pencarian dan persepsi resiko pada pengunjung.

[41] Farida dan Suksmawati, "Destination Branding Wisata Belanja Kabupaten Magetan."

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

Menurut Kiki Kaplaindou adapaun manfaat-manfat dari *destination branding* adalah:

a. Branding membuat suatu destinasi ada dalam benak wisatawan
b. Persepsi wisatawan yang positif terhadap suatu destinasi
c. Destination branding yang berhasil diciptakan dan memuaskan wisatawan maka wisatawan tersebut akan loyal dan terus berkunjung kembali ke daerah tersebut.

Terdapat perbedaan antara tempat (place) dengan daerah tujuan (destination). Wasesa dan Macnamara dalam buku Strategi Public Relations menyebutkan daerah tujuan lebih mempunyai makna yang mendalam dalam benak publik ketimbang sebuah tempat belaka. Membentuk sebuah brand atau merek sangatlah penting untuk menunjukan identitas dari sebuah produk, dalam hal ini adalah sebuah daerah.

Konsep *destination branding* ini bisa mendatangkan manfaat bukan hanya untuk produsen tetapi juga untuk wisatawan. Tujuan Destination Branding ini juga untuk memaksimalkan potensi suatu wilayah agar terjadi peningkatan kunjungan (wisata maupun bisnis) yang akhirnya meningkatkan nilai ekonomi wilayah tersebut.

2.2.2 Konsep Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah/subjek wisata akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya ,supaya wisatawan tahu tempat yang akan dikunjunginya dan sangat bagus untuk mendatangkan tempat wisata lainnya.[42]

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi,

[42] Elisabeth Sitepu dan Sabrin, "Stategi komunikasi pariwisata dapat meningkatkan minat wisatawan berwisata di Sumatera-Utara.pdf," *Jurnal Massage Komunikasi* 9 (2020).

baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya.

Adapun bidang kajian dari komunikasi Pariwisata yang dituliskan Burhan Bungin dalam bukunya "Komunikasi Pariwisata" adalah sebagai berikut:

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata
b. Brand Destinasi
c. Manajemen Komunikasi Pariwisata
d. Komunikasi Transportasi Pariwisata
e. Komunikasi Visual Pariwisata
f. Komunikasi Kelompok Pariwisata
g. Komunikasi Online Pariwisata
h. Public Relations dan MICE
i. Riset Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata perlu melibatkan masyarakat dalam mendukung pembangunan pariwisata. Dalam proses komunikasi pariwisata tersebut perlu dilakukan pendekatan pemberdayaan masyarakat agar proses dan tujuan komunikasi yang direncanakan dapat tercapai.

2.3 Konsep Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep operasional untuk memberi kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini. Branding yang dilakukan Desa Pebaun melalui wisata Tobek Paboun dengan tujuan untuk menarik minat dan meningkatkan wisatawan merujuk pada teori dan proses dari konsep Destination Branding, teori disini peneliti menggunakan konsep Destination Branding yang dikemukakan oleh Morgan & Pritchard (2002) yang variable nya ialah;

1) Market investigation, analysis and strategic recommendations

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

UIN SUSKA RIAU
© 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.

Tahapan ini dilakukan kegiatan riset pemetaan potensi pasar, hal-hal apa saja yang dapat dikembangkan serta menyusun strategi. Hal tersebut menunjukan bahwa fungsi dari kegiatan market investigation, analysis and strategic recommendation adalah untuk menemukan dan menyusun strategi apa saja yang dapat dikembangkan oleh destinasi.[43]

2) *Brand identity*

Dalam tahap ini brand identity dibentuk berdasarkan visi, misi dan image yang ingin dibentuk daerah wisata tersebut. Dari hasil riset ditentukan beberapa alternatif lalu dipilih satu buah tagline untuk menggambarkan daerah tersebut.[44]

3) *Brand launch; Communicating the vision*

Setelah tagline diperkenalkan maka brand yang ada diperkenalkan dengan melibatkan seluruh komponen yang ada melalui media relations seperti Advertising, direct marketing, personal selling, websites, brochures, atau Event organizers, film-makers, destination marketing organizations (DMOs) serta jurnalis.[45]

4) *Brand implementation*

Meliputi proses yang mengolaborasian kompilasi budget untuk mendukung berbagai program komunikasi pemasaran dalam menyampaikan brand message. Budgeting merupakan aspek penting dalam melakukan sebuah branding.[46]

5) Monitoring, evaluasi, and review

Tahap terakhir ini adalah sebuah usaha untuk memantau apakah ada penyimpangan, kekurangan dan sebagainya dari apa yang telah dilakukan. Hasil monitoring tersebut kemudian dievaluasi dan di-review untuk memperbaiki kesalahan.

2.4 Kerangka Pemikiran

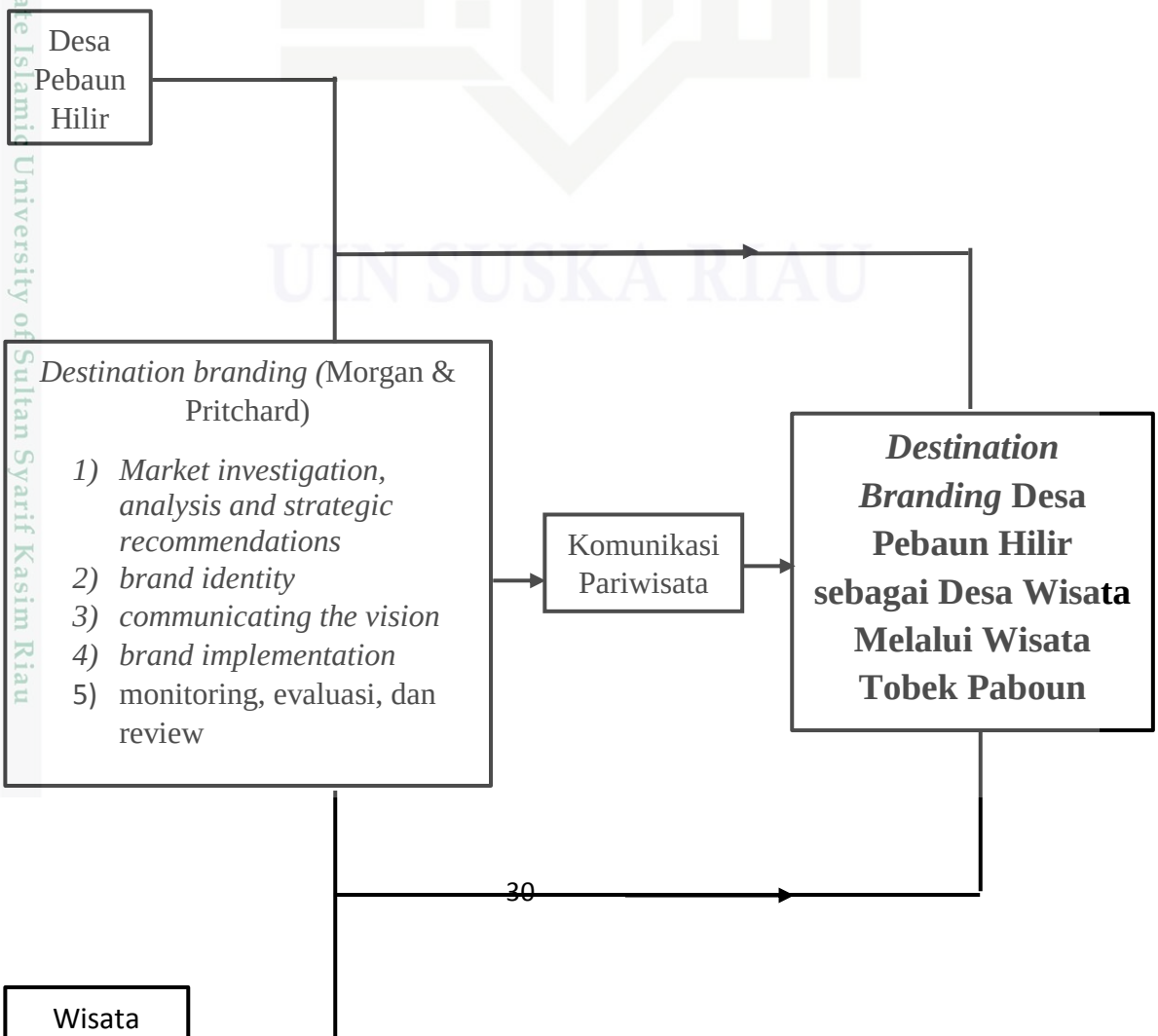
[43] Farida dan Suksmawati, "Destination Branding Wisata Belanja Kabupaten Magetan."
[44] Kartika Ayu Pujamurti, "Proses Srategi Branding Yang Dilakukan Pemerintah Kota Magelang Melalui Pesan Kota Sejuta Bunga," t.t., 11.
[45] Pujamurti.
[46] Pujamurti.

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
UIN SUSKA RIAU

Mengelola dan mengembangkan potensi alam di suatu daerah tujuan wisata memerlukan konsep komunikasi pemasaran pariwisata yang baik untuk diterapkan oleh tim pengeloladan pemerintah daerah. Dimana komunikasi pemasaran pariwisata memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu destinasi wisata terkenal di masyarakat. Oleh karena itu, tim pengeloladestinasi wisata Tobek Paboun perlu mempersiapkan langkah-langkah komunikasi yang strategis.

Tahap selanjutnya dari pengemasan suatu destinasi wisata dirangkum dalam proses destination branding. Destination branding adalah sebuah konsep branding yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas brand dengan cara mempromosikan, membangun citra, memberikan gambaran dan memberikan paparan tentang apa yang akan didapatkan konsumen ketika berkunjung ke destinasi. Proses merek target dimulai dengan market investigation analysis and strategic recommendations, brand identity development, brand launch and introduction, brand Implementation, dan monitoring, evaluation and review.

Kerangka pemikiran penelitian ini merupakan suatu bentuk proses dari keseluruhan proses penelitian.



Gambar 1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

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

UIN SUSKA RIAU
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

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pendekatan penelitian "*Destination Branding* Desa Pebaun Melalui Wisata Tobek Paboun" ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui upaya destination branding yang dilakukan oleh tim pengeloladesa wisata Tobek Paboun. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial.[47]

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk deskripsikan, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau sifat-sifat yang berkaitan dengan tahap-tahap destination branding wisata Tobek Paboun yang dilakukan oleh pihak tim pengelola desa wisata Pebaun Hilir.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa wisata Pebaun Hilir, Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi. Penetapan lokasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan data terkait branding yang dilakukan oleh tim pengeloladesa. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan November-Desember pada tahun 2021.

3.3 Sumber Data Penelitian

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu orang yang dipilih betul-betul memiliki kriteria yang baik sebagai sampel. Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, artinya teknik penentuan sumber data untuk mempertimbangkan terlebih dahulu, bukan diacak. Artinya menentukan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan sesuai dengan masalah penelitian.

---

[47] John W. Creswell, *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*, 2013.

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

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan *key informan*. *Key Informan* merupakan salah seorang orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti.

Di sini peneliti secara langsung bertemu dengan informan sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya:

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singingi
2. Pemerintah desa Pebaun Hilir
3. Pihak yang berkaitan dengan objek wisata
4. Pihak yang berkaitan dengan regulasi
5. Wisatawan yang pernah berkunjung

Nama	Usia	Jabatan
Dr. H. Indra Suandy, ST.M.Si	50	Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuansing
Alpines	44	Kepala Desa Pebaun Hilir
Azrori Analke Apas	38	Anggota DPRD Kuansing (Ketua Kuansing Community Promotion)
Alifa Sandri	20	Anggota Pokdarwis
Ikhsan Maghfira	22	Wisatawan

Tabel 1 Data Informan Penelitian

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang paling utama adalah observasi dan wawancara. Untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, peneliti menggunakan wawancara yang terstruktur, observasi, dokumentasi.

1) *Observasi*, adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis mengenai fenomena yang diteliti oleh peneliti. Dalam kegiatan observasi, Peneliti bertemu dengan orang bersangkutan dan membuat janji melakukan 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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikhologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.[48]

2) Wawancara, adalah suatu metode penelitian yang dirancang untuk Mendapatkan informasi langsung dari informan. Wawancara atau interview merupakan suatu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/orang yang diwawancarai, tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara.

   Susan Stainback (1988) mengemukakan bahwa: *interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding of how the participant interpret a situation or phenomenon than can be gained through observation alan.* Jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam ten tang partisipan dalam menginterprestasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.[49]

3) Dokumentasi, merupakan kumpulan data sumber penelitian bentuk tulisan ini di sebut dokumen dalam arti luas termasuk foto, recorder, disc, CD, harddisk, flashdisk, dan sebagainya.

3.5 Validitas Data

Pada validitas data, suatu peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik yang memanfaatkan untuk sesuatu yang lain di luar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap temuan data. Triangulasi data dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber data yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan dengan menggali kebenaran informan tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Triangulasi juga

[48] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD* (Bandung: Alfabeta, 2013).
[49] Prof. Dr. Sugiyono.

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

dapat dilakukan dengan menguji pemahaman peneliti dengan pemahaman narasumber tentang hal-hal yang diinformasikan narasumber kepada peneliti.[50]

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data pada hakikatnya adalah kegiatan mengorganisasikan, mengurutkan, mengelompokkan, mengkodekan, atau memberi label, dan mengklasifikasikan data menjadi bagian-bagian menurut kelompok tertentu, sehingga dapat menarik kesimpulan atas ungkapan pertanyaan yang diajukan, sehingga memberikan makna atau menginterpretasikan data tersebut.

Miles and Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.[51]

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemikiran sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada ternan atau orang lain dan damping oleh ahlinya.

Untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, sebelumnya data yang sudah diperoleh oleh peneliti dilakukannya penyeleksian data untuk mencari hal-hal penting, dan dirangkum guna membantu peneliti pada gambaran yang lebih jelas.

3.6.2 Penyajian Data

Miles and Huberman (1984) menyatakan "the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif.

Penyampaian data berupa teks naratif, grafik, chart atau network merupakan upaya untuk penyampaian atau penyajian data dalam penelitian kualitatif. Penyampaian data berguna untuk peneliti lebih dalam

---

[50] Ismail Suardi Wekke, “METODE PENELITIAN SOSIAL,” *Gawe Buku*, Oktober 2019, 181.

[51] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD.*

menyampaikan data yang diperoleh agar lebih mudah di serap dalam mengetahui maksud dan arti dari data yang diberikan.

3.6.3 Verifikasi Data

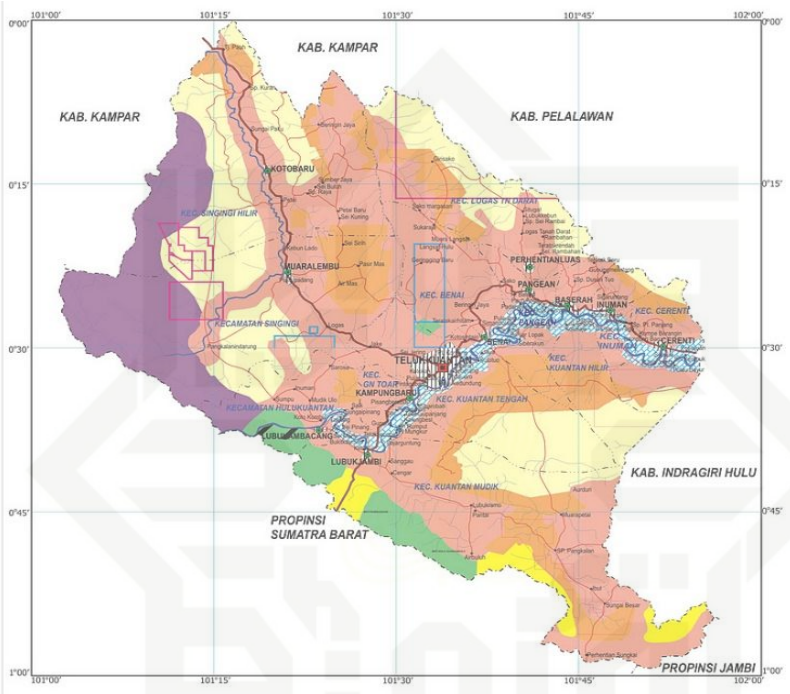
Kesimpulan menjadi jawaban dari rumusan masalah pada penelitian. Penarikan kesimpulan dalam menyajikan data, kesimpulan awal jika tidak ditemukan bukti yang kuat maka kesimpulannya bersifat sementara, tetapi jika kesimpulan awal menemukan bukti yang valid maka kesimpulan bersifat dapat dipercaya.

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

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

BAB IV
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Kabupaten Kuantan Singingi



Gambar 2 Peta Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi

Secara astronomis, Kuantan Singingi terletak antara 0000 -1000 Lintang Selatan dan 101002 -101055 bujur timur. Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Kuantan Singingi memiliki batas-batas : Utara – Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan, Selatan – Provinsi Jambi, Barat – Provinsi Sumatera Barat, Timur – Kabupaten Indragiri Hulu.

Kuantan Singingi terdiri dari 15 Kecamatan yaitu Kuantan Mudik, Hulu Kuantan, Gunung Toar, Pucuk Rantau, Singingi, Singingi Hilir, Kuantan Tengah, Sentajo Raya, Benai, Kuantan Hilir, Pangean, Logas Tanah Darat, Kuantan Hilir Seberang, Cerenti, dan Inuman. Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi pada awalnya adalah beberapa kecamatan dibawah Kabupaten Indragiri Hulu.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999 Kabupaten Indragiri Hulu dimekarkan menjadi 2 Kabupaten yaitu Kabupaten Indragiri Hulu dan Kuantan Singingi. Saat ini Kabupaten Kuantan Singingi telah menjadi sebuah Kabupaten definitif yang mempunyai 15 kecamatan.

Jarak antara Ibukota Kabupaten ke Ibukota Kecamatan :

1.Teluk Kuantan – Lubuk Jambi : 22 Km

2.Teluk Kuantan – Lubuk Ambacang : 33 Km

3.Teluk Kuantan – Kampung Baru : 10 Km

4.Teluk Kuantan – Pangkalan : 70 Km

5.Teluk Kuantan – Muara Lembu : 35 Km

6.Teluk Kuantan – Koto Baru : 52 Km

7.Teluk Kuantan – Koto Sentajo : 8 Km

8.Teluk Kuantan – Benai : 10 Km

9.Teluk Kuantan – Baserah : 36 Km

10.Teluk Kuantan – Koto Rajo : 45 Km

11.Teluk Kuantan – Pangean : 30 Km

12.Teluk Kuantan – Perhentian Luas : 48 Km

13.Teluk Kuantan – Cerenti : 60 km

14.Teluk Kuantan – Inuman : 47 Km

Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Kuantan Singingi memiliki batas-batas : Utara – Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan, Selatan – Provinsi Jambi, Barat – Provinsi Sumatera Barat, Timur – Kabupaten Indragiri Hulu.Kabupaten Kuantan Singingi pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 32,60 Celsius 36,50 Celsius dan suhu minimum berkisar antara 19,20 Celsius − 220 Celsius. Curah hujan pada 2015 berkisar antara 25,57 – 498,70 mm per tahun.

Penduduk Kabupaten Kuantan Singingi berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kab. Kuantan Singingi pada tahun 2015 tercatat sebanyak 314.276 jiwa yang terdiri 161.377 jiwa laki-laki dan 152.899 jiwa perempuan. Kecamatan yang paling banyak penduduknya adalah kecamatan Kuantan Tengah yaitu 47.323 jiwa dan kecamatan yang paling sedikit penduduknya adalah kecamatan Hulu Kuantan yaitu 8.678 jiwa.

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

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

Dilihat komposisinya, penduduk laki-laki lebih banyak dari penduduk perempuan. Penduduk laki-laki berjumlah 161.377 jiwa dan perempuan berjumlah 152.899 jiwa. Rasio jenis kelamin 105,54. Rasio jenis kelamin yang paling tinggi terdapat di Kecamatan Pucuk Rantau 118,00 dan rasio jenis kelamin yang paling rendah terdapat di Kecamatan Pangean sebesar 99,18.

4.2 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

4.2.1 Visi Misi Dinas Pariwisata Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

a. Visi

Visi pembangunan Kepariwisataan yang bertujuan dalam konsep ini adalah cara pandang jauh kedepan dimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus dapat eksis, antisipatif, produktif dan inovatif dalam menghadapi tantangan tugas di masa depan dalam rangka perwujudan harapan yang ingin diwujudkan dalam jangka waktu tertentu.

Pembangunan Kepariwisataan yang dilakukan di Kabupaten Kuantan Singingi harus diarahkan untuk meningkatkan perekonomian daerah, oleh karena itu kualitas dan kuantitas daya tarik wisata diharapkan mampu memikat para wisata-wisatawan baik wisatawan lokal, wisatawan Nusantara (wisnu) atau pun wisatawan Manca Negara (wisman). Dengan konsep tersebut di atas dan mengacu kepada visi Kabupaten Kuantan Singingi yakni, "Terwujudnya Kabupaten Kuantan Singingi yang Unggul, Sejahtera dan Agamis di Propinsi Riau Tahun 2021" maka perlu dirumuskan visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dengan tujuan :

a) Mencerminkan apa yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dengan berpedoman kepada Visi Kabupaten dan Visi 5 (lima) Tahun Kepala Daerah.
b) Memberikan arah dan fokus strategi yang lebih jelas
c) Menjadi perekat dan menyatukan berbagai gagasan strategik
d) Memiliki orientasi terhadap masa depan
e) Menumbuhkan komitmen seluruh jajaran organisasi
f) Menjamin kesinambungan kepemimpinan organisasi

Rumusan Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dimaksud adalah sebagai berikut : “ Mewujudkan Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Daerah Tujuan Wisata yang Berdaya Saing, Berbudaya dan Agamis “

Dalam ungkapan Visi di atas, terkandung makna :

a) Negeri Berbudaya yakni negeri yang masyarakatnya mengetahui dan memahami nilai-nilai budaya daerah dan mempedomani norma-norma adat istiadat yang berlaku secara turun temurun yang merupakan warisan dari nenek moyang dalam kehidupan bermasyarakat.
b) Daerah Tujuan Wisata, yakni Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, pasilitas umum pasilitas pariwisata aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (UU RI No 10 Thn 2009).
c) Dengan kedatangan wisatawan diharapkan terbukanya peluang ekonomi/kesempatan kerja bagi masyarakat, serta adanya peningkatan penerimaan daerah yang berimplikasi kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat Kuantan Singingi.
d) Pengembangan objek Pariwisata tidak boleh bertentangan dengan Agama dan Budaya

b. Misi

Misi adalah suatu pernyataan yang harus dilaksanakan oleh suatu instansi sebagai penjabaran dari visi yang telah ditetapkan. Dalam misi ini menggambarkan keberadaan dan peran serta suatu instansi dengan kriteria pernyataan :

a) Jelas sesuai dengan tugas pokok Dinas
b) Terkait dengan kewenangan Dinas
c) Melingkupi semua pesan dalam Visi
d) Memberikan petunjuk terhadap tujuan yang hendak dicapai
e) Memberikan petunjuk kelompok sasaran yang hendak dicapai
f) Memperhitungkan berbagai masukan dari Pemangku Kepentingan

© 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.

g) Memuat pernyataan filosofis, yang mengikat Dinas kepada kegiatan-kegiatan utama.
h) Memuat pernyataan yang menggambarkan apa yang dipercayai , Siapa dan apa yang dikerjakan oleh Dinas

Berdasarkan pengertian konsep diatas, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi menetapkan misi yang diembannya untuk mencapai visi yang telah ditetapkan.

Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi adalah sebagai berikut:

a) Meningkatkan SDM di bidang Kepariwisataan yang dapat mengelola potensi budaya, kesenian dan Alam yang ada menjadi objek dan tujuan wisata Domestik maupun Manca negara
b) Menggali, membangun, mengembangkan dan melestarikan potensi kepariwisataan Kuantan Singingi secara terencana dan berkesinambungan.
c) Mempromosikan secara luas tentang Kepariwisataan Kabupaten Kuantan Singingi di tingkat lokal, nasional, regional dan Internasional.
d) Menyusun dan memberlakukan Regulasi tentang Pengusahaan Bidang Kepariwisataan dalam rangka Pengawasan dan ketertiban serta mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah.

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

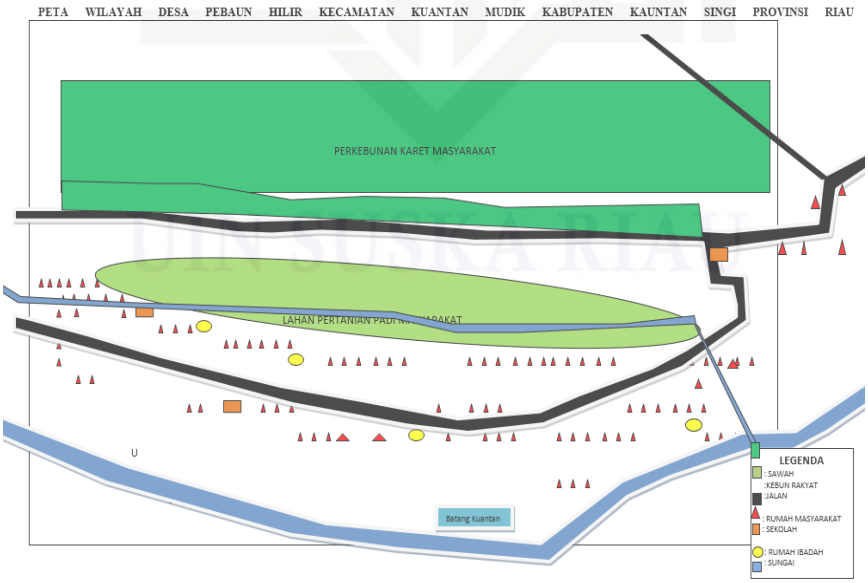
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan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

4.3 Desa Pebaun Hilir

4.3.1 Sejarah Desa

Pada awal mulanya di desa Pebaun Hilir, diberi nama PABOUN yang berasal dari pebauran antar suku-suku di antaranya adalah Melayu, Budi Caniago, Pitopang, Dan Piliang disebabkan berbagai perbauran antar suku-suku itulah makanya diberi nama PEBAUN, yang luas wilayahnya lebih kurang 6 KM, kemudian pada tahun 1970 terjadi perkembangan dan perluasan menjadi 3 Desa yaitu Pebaun Hilir, Pebaun Hulu, Saik sebab terjadinya perluasan dan perkembangan tersebut diantaranya karena banyaknya penduduk satu desa maka terjadi 3 kepala banjar waktu itu masih bernama banjar (kampung).

Pada tahun 1970 terpilihlah Bapak M. NUR sebagai kepala Banjar pertama selama 6 tahun (1972-1977) setelah berakhir masa jabatan digantikan Bapak Effendi RN (1977-1985) yang ditunjuk langsung oleh camat. Pada masa beliaulah Kepala Banjar diganti dengan Kepala Desa, setelah selesai masa kepemimpinan Bapak Effendi, beliau digantikan oleh Bapak Amrisal Hasdi (1985-2000), setelah itu digantikan oleh Bapak Sayuti Hanif beliau menjabat selama 2 periode (2000-2011) dan selanjutnya beliau digantikan oleh Bapak Juliadi (2011-2017).

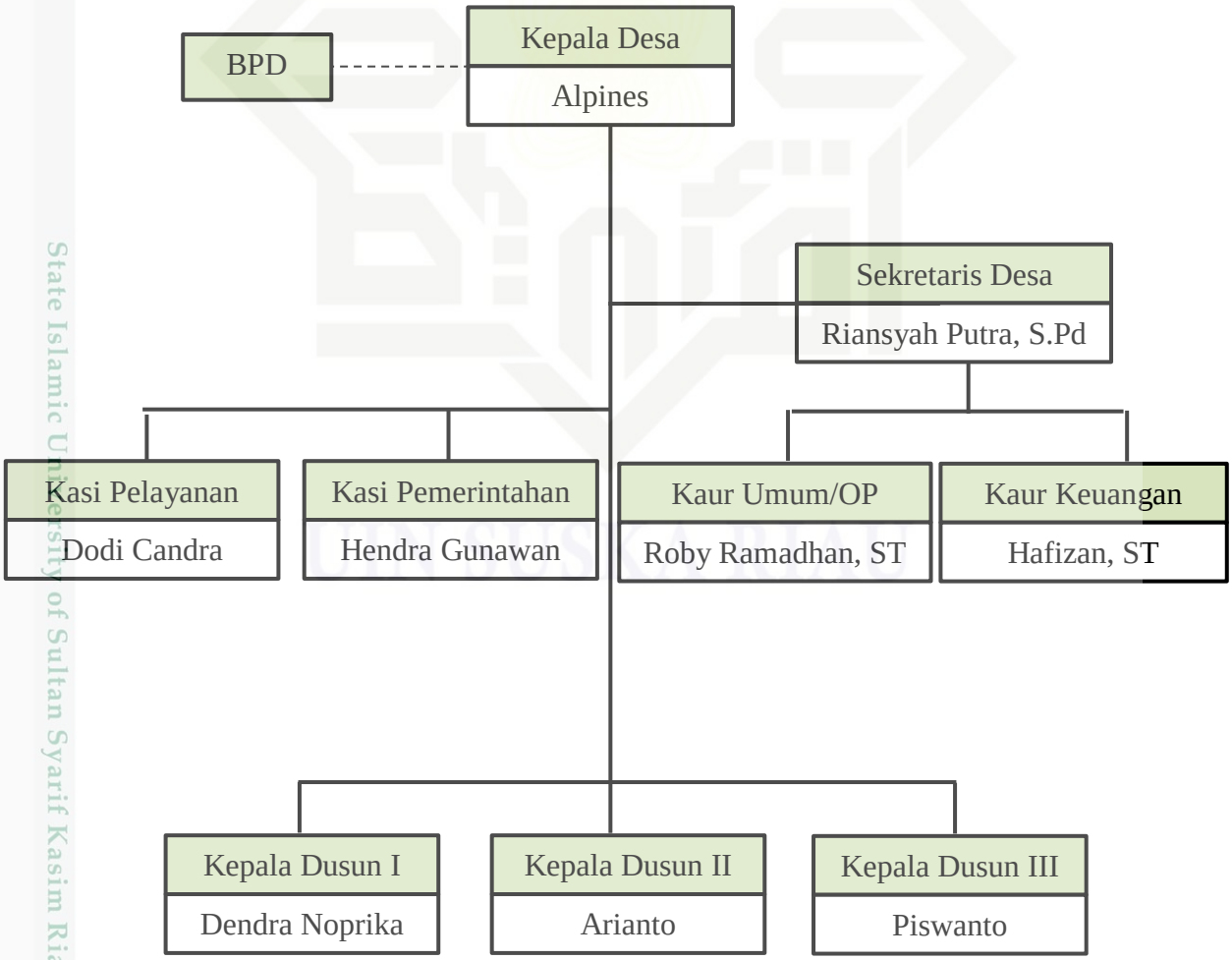


Gambar 3. Peta Wilayah Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi

© 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.

Gambar 4. Logo POKDARWIS Desa Pebaun Hilir

STRUKTUR PEMERINTAH DESA PEBAUN HILIR



Gambar 5. Struktur Pemerintahan Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik

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

4.4 Sejarah Objek Wisata Tobek Paboun

Wisata Tobek Paboun berasal dari kata “tobek” yang merupakan bahasa daerah setempat yang berarti pembatas atau sebuah jalan setapak yang digunakan untuk melintasi sawah atau bisa disebut sebagai pematang sawah. Kata “paboun” merupakan nama desa yaitu desa pebaun hilir. Wisata ini merupakan area persawahan yang luas di desa pebaun. Area persawahan ini memiliki tiga musim yaitu musim padi hijau, musim padi kuning, dan musim danau dengan sekeliling nya terdapat pepohonan karet yang tinggi dan hijau. Pada awalnya area persawahan ini sangat menarik karena keindahan alamnya.

Pada tahun 2017, pemerintah desa melakukan inovasi pariwisata dengan membangun jembatan layang sebagai jalan usaha tani, bertujuan memudahkan para petani untuk berjalan ke ujung persawahan dan memudahkan para petani untuk mengangkut padi saat musim panen. Dengan dibangunnya jembatan layang sebagai jalan usaha tani tersebut pemerintah desa melakukan inovasi untuk membangun jembatan layang yang unik dengan tujuan menarik perhatian wisatawan berkunjung. Pada tahun 2018 jembatan layang pertama selesai dibangun, dan ini menjadi boomerang ramai dikunjungi oleh wisatawan ke desa pebaun hilir.

Pada tahun 2020, pemerintah desa melanjutkan pembangunan jembatan layang atau jalan usaha tani dengan bentuk yang lebih unik lagi. Sehingga desa pebaun hilir mulai dilirik oleh dinas pariwisata menuju desa wisata. Pemerintah desa membentuk kelompok sadar wisata dengan tugas sebagai tim pengelolawisata Tobek Paboun ini. Dan pada bulan Maret tahun 2021 jembatan layang ini diresmikan sebagai desa wisata oleh Bupati Kuantan Singini yaitu Mursini, M.Si.

Potensi alam desa Pebaun menjadi *branding* menjadi desa wisata dengan keunikan yang dimiliki, hal tersebut diikuti dengan potensi dari wisata Tobek Paboun dapat meningkatkan jumlah pengunjung setelah diresmikannya desa wisata oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kuantan Singingi pada bulan Maret tahun 2021. Berbagai acara diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, menjadi bentuk pemasaran dari desa Pebaun untuk membranding wisata Tobek Paboun.

Wisata Tobek Paboun memiliki keunikan wisata alam yang diberikan sentuhan inovasi oleh Pemerintah Desa dan di dukung oleh Pemerintah Daerah. Dengan adanya jembatan usaha tani dengan panjang 200 meter ini menjadikan daya tarik karakteristik desa Pebaun hilir, jembatan layang yang berada di wisata Tobek Paboun ini menjadi nominasi jembatan usaha tani terpanjang se-Indonesia pada tahun 2019. Adapun keunikan yang dimiliki oleh wisata Tobek Paboun ini

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

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data pada *Destination Branding* Desa Pebaun sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun, peneliti mengambil kesimpulan 5 tahapan aktivitas *destination branding* menurut Morgan dan Pritchard yaitu:

6.1.1 *Market investigation, analysis and strategic recommendation*, pada tahapan pertama dari wisata Tobek Paboun ini tim pengelola melakukan identifikasi kebutuhan pengunjung dengan mencari tahu tren yang ada saat ini, minat dan kebutuhan masyarakat, melakukan analisa peluang pasar dengan menganalisis beberapa segmentasi, lalu menciptakan produk yang diminati dan dibutuhkan oleh wisatawan, dan menentukan nilai daripada produk atau jasa yang diciptakan di wisata Tobek Paboun. Pengelola melakukan segmentasi pasarnya wisata Tobek Paboun ini dengan membagi tiga segmentasi, yaitu segmentasi demografis, segmentasi geografis, dan segmentasi psikografis.

6.1.2 *Brand Identity* atau tahapan dalam membangun identitas merek, pada tahapan ini tim pengelolawisata menciptakan nama, dan logo. Nama yang diambil dari Bahasa daerah, dan logo yang digunakan dibuat oleh kelompok sadar wisata. Namun wisata Tobek Paboun belum memiliki *tagline*. Dalam tahap ini, tim pengelola melakukan analisis *strength*, *weakness*, *opportunity*, *threats* (SWOT) dalam membangun dan mengembangkan identitas merek wisata Tobek Paboun. Pengelola menemukan apa yang bisa menjadi keunggulan daya tarik wisata ini, kelemahan terhadap wisata ini dan juga peluang serta ancaman pada wisata Tobek Paboun ini.

6.1.3 *Brand Introduction and launching*, merupakan kegiatan memasarkan produk wisata Tobek Paboun kepada wisatawan dengan menggunakan berbagai media seperti media sosial akun facebook dan Instagram wisata Tobek Paboun yang di dibuat dan dikelola oleh pihak pengelola. Adapun menggunakan media massa online seperti brisik.id, riautribune.com, kuansingkita.com dan juga media massa cetak seperti RiauPos.

© 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.

6.1.4 *Brand Implementation*, tahapan ini tim pengelolawisata Tobek Paboun mengintegrasikan semua pihak yang terkait seperti masyarakat setempat, sponsorship, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singingi, dan *Kuansing promotion community*. Namun wisata Tobek Paboun ini belum menjalin kerjasama dengan agensi travel seperti bus pariwisata, ataupun penginapan. Seperti halnya *travel agency*, *hotel*, *tansport operations* juga menjadi bagian dalam destination branding ini. Melalui destination branding, pengelolaan akan lebih baik karena tim pengelola bisa lebih maksimal dalam merancang dan mengembangkan potensi yang dimiliki suatu daerah guna dijadikan sebuah destinasi wisata.

6.1.5 *Monitoring, Evaluasi, and Review*, tahapan ini merupakan aktivitas terakhir yang dilakukan tim pengelola yaitu memonitoring setiap komentar maupun kritikan dari wisatawan yang berkunjung maupun pada kolom komentar media sosial, lalu tim pengelola mengevaluasi dari keluhan wisatawan. Dari hasil evaluasi yang dilakukan oleh pemerintah beserta pihak pengelola wisata Tobek Paboun, jumlah kunjungan oleh wisatawan sangat diluar target atau diluar dugaan. Disebabkan karena pandemi yang masih mewabah, namun pengunjung wisata tidak menjadikan ini sebagai kendala untuk mengunjungi wisata alam di desa Pebaun Hilir.

6.2 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti untuk kegunaan penelitian yaitu segi teoritis, dan saran praktis, sebagai berikut:

6.2.1 Segi Praktis

Berdasarkan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat menjadi rekomendasi pada aktivitas branding wisata Tobek Paboun yaitu:

1) Aktivitas pembentukan identitas (*brand identity*) wisata Tobek Paboun sebaiknya membentuk *tagline*, agar dapat melengkapi tahapan pembentukan identitas merek wisata tersebut. Bagaimanapun juga *tagline* ini bertujuan sebagai pengingat khusus pada suatu merek, agar wisatawan bisa mengingat serta mengenali identitas wisata Tobek Paboun ini.
2) Aktivitas *brand implementation* atau mengintegrasikan dengan berbagai pihak yang berpengaruh, karena wisata Tobek Paboun

ini dibangun dan dikembangkan hanya menggunakan dana anggaran desa dan tentunya membutuhkan lebih banyak sponsorship dengan tujuan agar lebih maju. Dan juga dalam *brand implementation* wisata Tobek Paboun sebaiknya akan membangun kerja sama dengan *travel agency*, hotel, dan investor. Kasus seperti ini telah sering terjadi, banyak daerah yang memiliki potensi alam yaitu panorama alamnya yang indah, namun kurangnya sarana yang memadai serta perilaku penduduk dan pengusaha lokal yang kurang ramah dalam pelayanan, membuat keresahkan wisatawan dan menyebabkan *branding* yang dibentuk menjadi sia-sia.

3) Wisata Tobek Paboun sebaiknya tetap konsisten dalam melakukan inovasi-inovasi dengan diadakannya event tradisi seperti pacu perahu pada hari raya ketiga, dan juga perahu baganduang yang menjadi ciri khas daerah setempat. Dan memberikan beberapa produk cenderamata dengan menggunakan ciri khususdari wisata Tobek Paboun seperti adanya gantungan kunci berbentuk perahu baganduang, maupun gambar dari jembatan layang yang ada di Tobek Paboun.

6.2.2 Segi Teoritis

Peneliti mengharapkan penelitian ini bermanfaat dan dipergunakan untuk keilmuan dalam bidang akademik. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, terdapat kelemahan dalam hasil penelitian ini sehingga peneliti memberikan saran untuk dilakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh konsep *destination branding* yang dilakukan oleh tim pengelola terhadap minat dan kenaikan jumlah wisatawan di wisata Tobek Paboun.

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

DAFTAR PUSTAKA

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

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

DAFTAR PERTANYAAN

Key Informan : Pemerintah Desa Pebaun Hilir

Jabatan : Kepala Desa Pebaun Hilir

Nama : Alpines

Hari/Tanggal : 03 November 2021

1. Apakah visi dan misi desa Pebaun Hilir?
2. Apakah ada peraturan desa yang mengatur tentang pariwisata?
3. Apa saja program desa yang mendukung kegiatan pengembangan Desa Wisata ?
4. Apa saja potensi wisata yang sedang dikembangkan Desa Pebaun Hilir?
5. Apa latar belakang dibangun/dikembangkannya wisata Tobek Paboun?
6. Kapan pengembangan wisata ini di mulai oleh desa?
7. Potensi apa yang terdapat pada tobek sehingga pemerintah desa tertarik untuk mengembangkan wisata ini?
8. Siapa target sasaran pengunjung wisata Tobek Paboun ini?
9. Bagaimana strategi pemerintah desa dalam melakukan penyusunan strategi pasar promosinya?
10. Siapa yang terlibat dalam menyusun strategi penetuan target pasarnya?
11. Apakah pengelola wisata Tobek Paboun mempromosikan wisata ini dengan menggunakan brand identitas desa misalkan adanya logo, tagline, hastag?
12. Bagaimana pengelola wisata dalam aktivitas promosi wisata Tobek Paboun ini?
13. Apa saja media yang digunakan?
14. Mengapa menggunakan media tersebut?
15. Dalam mengembangkan wisata ini, berapakah budgeting yang sudah di alokasikan?
16. Bagaimana hasil monitoring serta evaluasi pemerintah daerah terhadap respon masyarakat yang pro & kontra terkait pengembangan wisata ini?
17. Bagaimana rencana jangka panjang kedepannya terhadap wisata?
18. Berapakah jumlah wisatawan yang pernah berkunjung ke wisata Tobek Paboun?

Key Informan : Pihak Regulasi

Nama : Azrori Analke Apas

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
UIN SUSKA RIAU

Jabatan : Anggota DPRD Kabupaten Kuansing / Kuansing Promotion Community

Hari/Tanggal : 14 Oktober 2021

1. Bagaimana pendapat bapak mengenai potensi pariwisata yang ada di kuansing?
2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam pengembangan potensi wisata di desa wisata paboun?
3. Bagaimana peran pihak-pihak tersebut dalam pengembangan desa wisata paboun?
4. Apakah menurut bapak wisata Tobek Paboun sudah dikelola dengan baik?
5. Bagaimana bapak menemukan saran ataupun tanggapan dari pengunjung terhadap objek wisata?
6. Apakah kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang desa wisata pebaun hilir?
7. Apa yang membedakan wisata Tobek Paboun dengan wisata lainnya?
8. Apakah terdapat keunikan dari wisata Tobek Paboun?
9. Bagaimana strukur kepengurusan pengelola wisata Tobek Paboun?
10. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan wisata?

Key Informan : Dinas Pariwisata Kuansing

Nama : Dr. H. Indra Suandy, ST.M.Si

Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singingi

Hari/Tanggal : 14 Oktober 2021

1. Apa saja Objek wisata yang ada di Kabupaten Kuansing?
2. Apa saja potensi pariwisata yang terdapat di kabupaten kuansing?
3. Apa strategi promosi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing?
4. Kapan promosi wisata dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing?
5. Apa sajakah media yang digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing dalam mempromosikan obyek wisatanya?
6. Siapakah yang menjadi sasaran kegiatan promosi wisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing?

7. Siapa saja yang terlibat dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kuansing?
8. Apa faktor pendukung kegiatan promosi wisata pada Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing?
9. Apa kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing dalam mempromosikan obyek wisata?
10. Apa upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Kuansing?
11. Apakah visi dan misi dinas pariwisata dan kebudayaan kuansing?
12. Siapakah yang melakukan riset pemetaan potensi pasar serta membentuk strategi pengembangan pariwisata kuansing?
13. Apa saja wisata unggulan yang ada dikembangkan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kuansing?
14. Bagaimana interpretasi bapak mengenai wisata yang ada di Kuansing?
15. Apa yang dilakukan bapak/ibu dalam menyusun strategi pengembangan destinasi wisata yang ada?
16. Berdasarkan strategi yang disusun, apakah bapak/ibu mengusung identitas merk yang dimiliki dinas pariwisata kuansing dalam pengembangan potensi wisata?
17. Bagaimana tahap promosi pemasaran objek wisata yang dilakukan? Media apa saja yang digunakan?
18. Berapa anggaran dana daerah untuk pengembangan objek wisata di kabupaten kuansing?
19. Bagaimana cara dinas pariwisata Kabupaten Kuansing dalam mempromosikan atau memperkenalkan wisata Tobek Paboun kepada masyarakat khususnya pengunjung luar daerah agar dapat tertarik mengunjungi wisata ini?
20. Apakah dinas pariwisata mem berikan anggaran daa untuk pengelola wisata Tobek Paboun?
21. Dari tahap pengembang potensi wisata yang telah dilakukan, apakah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan evaluasi ?
22. Bagaimana hasil evaluasi yang dilakukan oleh bapak/ibu terhadap wisata Tobek Paboun?

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

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

Informan pendukung : Tim POKDARWIS

Nama : Alifa Sandri

Pekerjaan : Mahasiswa

Waktu : 04 November 2021

1. Apakah pengelola menentukan target pengunjung?
2. Bagaimana dengan jumlah total wisatawan yang sudah berkunjung?
3. Apa saja wahana yang tersedia di wisata Tobek Paboun?
4. Darimana pengelola mendapat ide untuk membangun wahana atau spot selfie baru?
5. Apakah tarif tiket masuk dan tarif parkir ditentukan oleh pengelola?
6. Bagaimana menentukan tarif tiket wahana?
7. Apakah pengelola mempunyai kegiatan atau event yang dilakukan untuk menarik perhatian pengunjung?
8. Jika ada, event apakah yang diselenggarakan oleh pengelola?
9. Apakah pengelola bekerjasama dengan investor?
10. Bagaimana pengelola menampung kritikan dan keluhan pengunjung?
11. Dimana permasalahan dan keluhan yang sering pengunjung keluhkan?
12. Bagaimana pengelola Tobek Paboun dalam menjalin hubungan baik kepada masyarakat?

Informan pendukung : Wisatawan

Nama : Ikhsan Maghfira

Pekerjaan : Mahasiswa

Hari/Tanggal : 10 November 2021

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi wisata Tobek Paboun?
2. Apa saudara sering mengunjungi tempat wisata?
3. Darimana anda tahu mengenai wisata tobek paboun ini?
4. Apakah fasilitas yang ada di wisata tobek paboun membuat anda merasa nyaman dan senang?
5. Bagaimana pelayanan dan jasa yang disediakan wisata tobek paboun untuk wisatawan?
6. Gimana menurut saudara mengenai harga tiket masuk dan harga yang ditetapkan untuk wahana lainnya?

7. Menurut pendapat saudara kurangnya dari wisata tobek paboun ini apa sih?

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

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

LAMPIRAN

DOKUMENTASI WAWANCARA

Informan 1 : Kepala Desa Pebaun Hilir

Informan 2 : Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuansing

Informan 3 : Pihak Kuansing Promotion Community

Informan 4 : Anggota Pokdarwis

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

Informan 5 : Wisatawan

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

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
KECAMATAN KUANTAN MUDIK
KANTOR DESA PEBAUN HILIR
Jl. Ongku Kuantan No..... Tlp.....Kode Pos: 29564

Pebaun Hilir, 01 November 2021

Nomor : 295/SK-PH/23/11.2021
Lampiran : -
Hal : Persetujuan Riset/Pra Riset

Kepada Yth :
Bapak Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Di-
Pekanbaru

Assalamu 'alaikumm Wr. Wb

Menindak lanjuti surat dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintahan Provinsi Riau dengan Nomor: 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/44106, Tentang Rekomendasi Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset Dan Pengumpulan Data Untuk Bahan Skripsi di Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi, yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama	: **MUTIARA TRIDA**
Jenis Kelamin	: Perempuan
NIM	: 11740324595
Agama	: Islam
Jurusan	: Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Program/ Tingkat	: S1 (Strata 1)
Judul Penelitian	: **" Destination Branding Desa Pebaun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun"**

Telah memberikan Izin/menyetujui nama tersebut diatas untuk melakukan Riset/Pra Riset di Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

Demikian surat ini kami buat dan sampaikan, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

KEPALA DESA PEBAUN HILIR

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DESA PEBAUN HILIR KEC. KUANTAN MUDIK

ALPINES

© 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.

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
KECAMATAN KUANTAN MUDIK
KANTOR KEPALA DESA PEBAUN HILIR
Jl. Ongku Kuantan No. Tlp.....29564

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
Nomor : 323/SKTMP/23/12.2021

Yang bertanda tangan dibawah ini kepala Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: **MUTIARA TRIDA**
Jenis Kelamin	: Perempuan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Pekerjaan	: Mahasiswa
No. Mahasiswa	: 11740324595
Jurusan	: Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Program/ Tingkat	: Strata 1 (S1)
Alamat	: Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi , Riau

Nama tersebut diatas adalah benar telah melakukan penelitian di Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi dengan judul penelitian **" Destination Branding Desa Pebaun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun"**

Demikian surat keterangan ini kami berikan agar dapat dipergunakan sebagaimna mestinya.

DIKELUARKAN DI : PEBAUN HILIR
PADA TANGGAL : 24 DESEMBER 2021
KEPALA DESA PEBAUN HILIR

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
DESA PEBAUN HILIR
KEC. KUANTAN MUDIK

ALPINES

© 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.

PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
Komplek Perkantoran Pemda Telp: (0760) 561532 Fax (0760) 561531 indonesia
Email : pariwisata.kuansing@gmail.com
TELUK KUANTAN

SURAT KETERANGAN
Nomor : 556/DPK-UM/2021/ 349

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama	: **MUTIARA TRIDA**
NIM	: 11740324595
Jurusan/Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan	: S1
Alamat	: Pekanbaru

Yang bersangkutan benar telah melaksanakan pengambilan data dan wawancara di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi pada tanggal 14 Oktober 2021 untuk judul penelitian "Destination Branding Desa Paboun Hilir Sebagai Desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Teluk Kuantan, 14 Oktober 2021

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

DR. H. INDRA SUANDY,ST.M.Si
Pembina Utama Muda IV/c
NIP. 19651227 198903 1 007

© 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 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

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau pada tanggal 07 Mei tahun 2000, penulis merupakan putri kedua dari bapak Triwan Hardi dan ibu Junaida.

Penulis menyelesaikan pendidikan pertama di TK Dharma Wanita Pasar Lubuk Jambi, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 017 Pebaun Hilir dapat diselesaikan penulis pada tahun 2011 dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Kuantan Mudik dan penulis selesaikan pada tahun 2014.

Pada tahun yang sama penulis pun melanjutkan pendidikan menengah atas di salah satu Madrasah Awaliyah Negeri (MAN) 1 Kuantan Singingi yang dapat diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan studi di Universitas yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Komunikasi (HIMAKOM), dan mengikuti organisasi Sanggar PR. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Komisi Pemilu Umum (KPU) Provinsi Riau, dan mengikuti KKN-Online di Desa Pebaun Hilir Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau pada tahun 2021.