

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

NOMOR SKRIPSI
5527/KOM-D/SD-S1/2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEPEMUDAAN
OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN INDRAGIRI HULU
DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU RAJA**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

EKA YUNIASIH

NIM: 11840321743

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



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 : Eka Yuniasih
NIM : 11840321743
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja

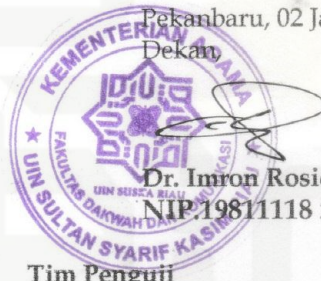
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 02 Januari 2023

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, 02 Januari 2023

Dekan



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Rosmita, M.Ag
NIP. 19741113200501 2 005

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, M.I.Kom
NIK. 130 417 082

Penguji III,

Usman, M.I.Kom
NIK. 130 417 119

Penguji IV,

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

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 b. Penelitian mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 c. Penelitian mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

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



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEPEMUDAAN
OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN INDRAGIRI HULU
DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU RAJA**

Disusun Oleh:

Eka Yuniasih
NIM. 11840321743

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 14 Desember 2022

Mengetahui:
Pembimbing,

Artis. S.Ag., M.I Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

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.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Eka Yuniasih
 NIM : 11840321743
 Tempat Tgl. Lahir : Sungai Baung, 16 Juni 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN INDRAGIRI HULU DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU RAJA”** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam bentuk skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

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

Pekanbaru, 15 Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan,



EKA YUNIASIH
 NIM. 11840321743

- Hak Cipta dilindungi undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 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 : Eka Yuniasih
 NIM : 11840321743
 Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
 Tanggal : 15 Maret 2022

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, 15 Maret 2022

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
 NIP.19890619201801 1 004

Rusyda Fauzana, M.Si
 NIP.19840504201903 2 011

Pekanbaru, 15 Desember 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 : Eka Yuniasih
NIM : 11840321743
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja

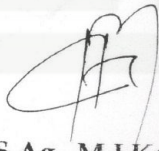
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

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.

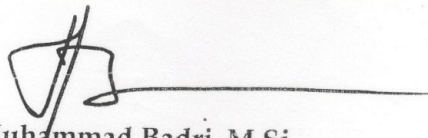
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Artis, S.Ag., M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





ABSTRACT

Name : Eka Yuniasih

NIM : 11840321743

Thesis Title : **The Marketing Communication Strategy Of the Indragiri Hulu Regency Youth Sports and Tourism Service in Developing Lake Tourism**

Raja Lake has a beautiful panorama which has the advantage of being strategically located in the middle of the city Rengat which is the capital of Indragiri Hulu Regency. The interesting thing is that in Indonesia there are only two areas that have a lake in the middle of the city and one of them is just lake tourism. Marketing communication strategy is a tool to achieve goals in providing information, influencing, promotion a marketing activity in order to achieve a company's success. The purpose of this study was to find out how the marketing communication strategy of the Indragiri Hulu district youth spors and tourism service in developing Raja Lake tourism. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results of this study explain that the marketing communication strategy carried out by the Indragiri Hulu district youth sports and tourism service in developing Raja Lake tourism is by continuing to make improvements to existing facilities, advertise and introduce Raja Lake tourism through electronic media, print media, and social media. Through a sales promotion, the sports and tourism youth service printed brochures which were distributed at the inns in Indragiri Hulu. Furthermore, public relations and publicity, held events held at the Raja Lake tourist attraction. Through personal selling using word of mouth marketing strategies, this strategy can be done by anyone, anytime and anywhere. Furthermore, direct marketing, the Indragiri Hulu district youth sports and tourism service marketed and introduced Raja Lake tourism directly. This strategy is carried out in order to be able to directly hear suggestions and input from the community. An effective strategy is the use of social media.

Keywords : *Strategy, Marketing Communication, developing tourism of the king's lake*



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wararrahmattullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah *subhanahuwata'ala* yang telah memberikan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Shalawat beriring salam selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad Salallahu alaihi wassalam yang telah menyerukan Tauhid kepada umatnya.

Tak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Sutrisno dan Ibu Tukijah serta adik penulis Gupani Rahmat Nugroho yang telah mendukung baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkn Wisata Danau Raja”**, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr.H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Sulan Syarif Kasim Riau dan selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak serta memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.
6. Ibu Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku penasehat Akademik (PA) Yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal perkuliahan sampai selesai.
7. Untuk dosen serta pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak bisa disebutkan satu-persatu . Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis kedepannya.
8. Kepada seluruh keluarga besar khususnya kedua orang tua tercinta ayahanda Sutrisno dan Ibunda Tukijah yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Kepada seluruh pegawai Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu yang telah membantu dan bersedia menerima peneliti unuk melakukan penelitian serta memberikan data yang peneliti butuhkan.
10. Kepada seluruh narasumber yang sudah bersedia membantu peneliti dalam memberikan dan melengkapi data yang peneliti butuhkan.
11. Terimakasih kepada Taufik Dean Alghani, S.I.Kom yang selalu memberi semangat kepada penulis.
12. Terima kasih kepada sahabat tercinta Dita Ananda Zulhijjah yang sudah memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada penulis.
13. Terimakasih kepada Vivi Anggraini S.I.Kom, Ary Andriani, Ridha Saprika Dewi, S.E, Tiara Andhini, Nur Putri Andani, S.I.Kom, Lutfiana Mafika Sari S.I.Kom, Vorenda Putri S.I.Kom, Asnum Alza dan Rindi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Ariska yang selalu memberi semangat, motivasi serta dukungan kepada penulis.

14. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan yaitu ilkom E dan Public Relation E. Semangat. Sukses selalu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekhukarangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Aamiin Yarobbal'alam.*

Wassalamua'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pekanbaru, 14 Desember 2022

Penulis

Eka Yuniasih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Penegasan Istilah | 8 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR | 11 |
| 2.1 Kajian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Kajian Teori..... | 18 |
| 2.3 Konsep Operasional | 29 |
| 2.4 Kerangka Berpikir | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 31 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 31 |
| 3.3 Sumber Data | 31 |
| 3.4 Informan Penelitian | 32 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.6 Validasi Data | 33 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 35 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM..... | 36 |
| 4.1 Sejarah Singkat Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu | 36 |
| 4.2 Letak Geografis Kabupaten Indragiri Hulu | 37 |
| 4.3 Visi dan Misi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu | 39 |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

| | |
|--|-----------|
| 4.4 Kedudukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu | 40 |
| 4.5 Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu | 41 |
| 4.6 Uraian Tugas Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu | 42 |
| BAB V HASIL PENELITIAN | 47 |
| 5.1 Hasil Penelitian | 47 |
| 5.2 Pembahasan | 57 |
| BAB VI PENUTUP | 63 |
| 6.1 Kesimpulan | 63 |
| 6.2 Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Informasi Objek Daya Tarik Wisata | 3 |
| Tabel 4.1 Informasi Kecamatan Kabupaten Indragiri Hulu..... | 38 |
| Tabel 5.1 Informan Penelitian..... | 48 |



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara berkembang yang memiliki sumber daya alam yang melimpah dan beraneka ragam. Karena hal ini seharusnya negara Indonesia mempunyai tujuan untuk mengupayakan kesejahteraan serta kemakmuran dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki. Pembangunan nasional akan tercapai jika pemanfaatan dapat dilakukan secara maksimal. Dalam pembangunan nasional pemerintah daerah dan pemerintah pusat memiliki peranan penting dalam mewujudkan daerah yang bertanggung jawab untuk mengurus serta mengatur kepentingan masyarakat sesuai kondisi dan potensi yang dimiliki daerah.¹

Dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2004 menyebutkan bahwa memberikan keleluasan kepada pemerintah daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pemerintah daerah diharapkan dapat meminimalkan tingkat ketergantungan terhadap pemerintah pusat terkait pengelolaan penerimaan dan pengeluaran daerah.

Sektor pariwisata menjadi sektor penyumbang devisa negara yang paling unggul pada tahun 2019. Sektor pariwisata di Indonesia mengalami perubahan yang pesat selama empat tahun terakhir. Oleh karena itu, kementerian pariwisata akan terus menggiatkan pertumbuhan disektor pariwisata, sebab dengan begitu, banyak sektor lain yang akan terhadap bidang-bidang lainnya. Memberikan serta memperluas lapangan bangkit bersama dengan bangkit bersama dengan kebangkitan sektor pariwisata.²

Pariwisata memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, sebagai perolehan sumber devisa dan juga memberikan dampak positif usaha, pendapatan masyarakat meningkat dan lain sebagainya. Melalui objek wisata

¹ Luqman Yumna Fauzi, "Analisis Pengaruh Pariwisata Terhadap Pendapatan asli daerah Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Tengah". Skripsi (Yogyakarta:Fak.Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta)

² <https://m.merdeka.com/uang/2022-awal-kebangkitan-industri-pariwisata-dan-transportasi-serta-akomodasi.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

yang ada di Indonesia, tidak hanya menarik wisatawan lokal saja tetapi wisatawan mancanegara juga tertarik untuk mengunjungi wisata yang ada di Indonesia.³

Berdasarkan undang-undang No. 22 tahun 1999 mengenai pemberlakuan otonomi daerah, dengan ini pemerintah daerah bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada didaerahnya masing-masing. Dilihat dari beberapa provinsi mempromosikan segala aspek potensi pariwisata yang ada didaerhnya masing-masing.

Pengembangan pariwisata adalah suatu aktivitas dengan segala potensi yang berasal dari manusia, sumber daya alam ataupun buatan yang saling berpengaruh satu sama lain. Pengembangan pariwisata memiliki tujuan utama yang melibatkan peran masyarakat yaitu untuk memberdayakan masyarakat, memperbaiki perekonomian masyarakat, serta meningkatkan pendapatan daerah setempat. Secara teoritis semakin berperan aktif masyarakat dalam aktifitas pariwisata maka kesempatan kerja masyarakat juga semakin terbuka sehingga pendapatan masyarakat semakin meningkat.⁴

Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan, kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2011 tentang kepariwisataan, menjelaskan bahwa pengembangan sektor pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan wilayah.

Indragiri Hulu merupakan salah satu kabupaten yang terdapat di provinsi Riau. Indragiri Hulu memiliki banyak destinasi wisata yang sudah dikenal oleh masyarakat. Berikut informasi objek daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu :

³ Pras Tiono; “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir”, Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, vol 2, No. 2 Oktober 2015, Hal 2

⁴ Ramadan, La Harudin; “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Ketambe di Desa Madongka Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah”, Pendidikan Geografi, Universitas Halu Oleo, vol 4 No. 4 Oktober 2019, Hal 191

Tabel 1.1 Informasi Objek Daya Tarik Wisata Kabupaten Indragiri Hulu :

| No | Kecamatan | Objek Wisata | Jenis Wisata | Desa/Kota |
|----|----------------|--|---|--|
| 1 | Batang Peranap | Masjid Raya dan Makam Raja Air Hangat | Wisata Sejarah Wisata Alam | Pauh Ranap Indriplant |
| 2 | Rakit Kulim | Kolam Loyang Bendungan Irigasi Masyarakat Tradisional | Wisata Sejarah Wisata Alam Wisata Budaya | Kelayang Kelayang Kelayang |
| 3 | Lirik | Lapangan Golf Kilang Minyak | Wisata Khusus Wisata Khusus Minat Minat | Lirik Lirik |
| 4 | Pasir Penyu | Lembaga Adat dan Melayu | Wisata Budaya | Air Molek |
| 5 | Seberida | Sungai Arang | Wisata Alam | Sungai Arang |
| 6 | Batang Gansal | Masyarakat Tradisional Air Terjun Granit Air Terjun Sultan Limpayang Air Terjun Papunawan Kawasan TNBT Bukit Lancang Goa Kelelawar | Wisata Budaya Wisata Alam Wisata Alam Wisata Alam Wisata Alam Wisata Alam Wisata Alam | Talang Langkat Kaw. TNBT Rantau Langsat Talang Langkat Talang Langkat |
| 7 | Rengat Barat | Kompleks Makam-Makam Raja Danau Meduyan Tugu Patin & Seroja Danau Kemang Lapangan Golf | Wisata Sejarah Wisata Alam Wisata Sejarah Wisata Alam Wisata Khusus Minat | Kota Lama Kota Lama Pematang Reba Redang Pematang Reba |
| 8 | Rengat | Danau Raja Danau Baru Replika Istana Danau Raja Museum (Rumah Tinggi) Gedung Kesenian Jembatan Gantung Klenteng Masjid Raya & Makam Sultan Senter Langit/Lapangan Hijau Islamic Centre Tugu Peringatan Agresi II Monumen Kota Sejarah | Wisata Alam Wisata Alam Wisata Sejarah Wisata Sejarah Wisata Budaya Wisata Khusus Minat Wisata Budaya Wisata Sejarah Wisata Khusus Minat Wisata Khusus Wisata Sejarah Wisata Sejarah | Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat Rengat |

Sumber : Media Centre DISPORABUDSATA Kabupaten Indragiri Hulu, 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dari tabel 1.1 di atas dapat kita lihat bahwa banyak objek daya tarik wisata di Kabupaten Indragiri Hulu yang berpotensi sebagai tempa wisata yang terdiri dari wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam dan wisata minat khusus. Adapun objek wisata yang memiliki potensi di atas adalah wisata danau raja.

Danau raja memiliki panorama yang indah, yang memiliki keunggulan karena letaknya yang strategis berada di tengah kota Rengat yang merupakan ibukota dari Kabupaten Indragiri Hulu. Hal ini berbeda dengan danau lainnya yang biasanya berada di dalam hutan atau memiliki jalur akses yang sulit ditempuh. Hal yang menarik adalah di Indonesia hanya dua daerah yang memiliki danau di tengah kota, dan salah satunya adalah Kabupaten Indragiri Hulu.⁵

Danau Raja memiliki volume air yang tetap dengan warna hijau yang jernih. Di beberapa bagian danau ini ditutupi bunga teratai sehingga memberikan efek dingin pada air. Di sekeliling danau ada banyak tumbuhan dan pohon besar seperti pohon akasia. Pada bagian tepian tengah danau, dibangun sebuah duplikat kerajaan indragiri dengan dilengkapi dua patung singa jantan sebagai penjaga gerbang. Tetapi kondisi tempat duduk dan wahana-wahana permainan belum begitu diperhatikan oleh pemerintah daerah. Jika wahana permainan tersedia dengan baik, danau ini akan semakin potensial menjadi tempat wisata terkenal di Kota Rengat.⁶

Bukti eksisnya Kerajaan Indragiri pada masa itu salah satunya adalah keberadaan Danau Raja. Danau Raja berada tepat di tepi Kecamatan Rengat, yang selain menawarkan keindahan dan kesejukan alami, mitos yang tersembunyi juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung yang datang ke Danau Raja.⁷

⁵ Nur Asarani; "Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Indragiri Hulu Dalam Menarik Kunjungan Wisata Danau Raja Rengat", Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, vol. 6: Edisi Juli-Desember 2019, Hal 2

⁶ <https://www.riamagz.com> diakses pada tanggal 06 Januari 2023

⁷ <https://disporapar.inhukab.go.id/content/danau-raja> diakses pada tanggal 10 Februari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Seiring berjalannya waktu, sektor pariwisata menjadi bisnis jasa yang mampu mendongkrak perekonomian masyarakat di sekitar. Oleh sebab itu, pemerintah daerah Kabupaten Indragiri Hulu terus melakukan pengembangan sehingga saat ini Danau Raja memiliki replika bangunan istana dan juga balai.

Replika istana yang dibangun di tepi Danau Raja meniru istana Indragiri yang sudah roboh pada abad ke 19 yang diakibat dari dampak abrasi air Sungai Indragiri. Terdapat juga balai di dekat Danau Raja yang dipergunakan untuk melakukan pertemuan.

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu terus melakukan renovasi terhadap objek wisata yang ada di Indragiri Hulu. Salah satu objek wisata yang direnovasi adalah Danau Raja yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan para pengunjung yang berkunjung ke Danau Raja serta meningkatkan minat kunjungan wisata Danau Raja. Danau raja memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki oleh objek wisata lainnya.

Danau raja memiliki sejarah yang kononnya ditepi danau raja terdapat sebuah Kerajaan Indragiri, pada masa kepemimpinan Sultan Isa Mudoyat Syah ke-24 pada abad 18. Istana tersebut memiliki danau yang terletak dibelakangnya yang digunakan sebagai tempat pemandian para Raja di kerajaan Melayu Tersebut. Sebuah mitos juga beredar bahwasannya di dalam Danau Raja tersebut terdapat istana gaib yang dihuni oleh makhluk berwujud buaya kuning. Mitos ini kemudian berkembang dan membuat sebagian orang menganggap bahwa Danau Raja merupakan tempat yang sakral.

Menariknya air di dalam Danau Raja tidak akan meluap atau kebanjiran meskipun hujan deras melanda terus menerus. Dan juga Danau Raja tidak akan mengalami kekeringan meski kemarau panjang menerpa. Mitos ini tentunya terus hidup dan menjadi cerita yang beredar di sebagian besar masyarakat Inhu, khususnya warga yang tinggal di Kecamatan Rengat.⁸

⁸ <https://m.suaraaktual.co/read-7645-2020-02-06-danau-raja-rengat-tak-banjir-saat-hujan-lebat-tak-kering-saat-kemarau-html> diakses pada tanggal 10 Februari 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Sesuai potensi yang dimiliki Danau Raja tersebut maka penting bagi Pemerintah untuk memikirkan bagaimana langkah selanjutnya agar objek wisata tersebut dapat dikembangkan secara maksimal. Sehingga potensi yang ada bisa dinikmati oleh masyarakat daerah maupun masyarakat luar daerah. Dengan melakukan pengembangan secara maksimal akan memberikan dampak positif bagi daerah yaitu menjadi sumber pemasukan bagi daerah yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sebagai pelaku usaha di lingkungan wisata Danau Raja.

Seiring dengan berkembangnya zaman, keberadaan Danau Raja kini berubah menjadi objek wisata andalan Kabupaten Indragiri Hulu di tengah Kota Rengat. Dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata sering memanfaatkan Danau Raja sebagai pusat kegiatan. Demikian juga pelaksanaan event-event lain sering diadakan di pinggir Danau Raja. Event yang sering dilaksanakan di Danau Raja adalah event tingkat Kabupaten bahkan provinsi. Dengan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu memotivasi pihak swasta untuk mengadakan acara pameran di wisata Danau Raja, seperti pada tahun 2019 pembukaan MTQ ke 49 tingkat Kabupaten Indragiri Hulu yang digelar di Danau Raja Kecamatan Rengat menggunakan Astaka MTQ terapung di Danau Raja. Pelaksanaan MTQ ini dilaksanakan di objek wisata Danau Raja agar seluruh masyarakat Riau umumnya dan masyarakat Inhu khususnya dapat melihat secara langsung potensi wisata yang ada di Danau Raja.⁹

Sampai dengan saat ini pengembangan objek wisata tersebut belum dikembangkan dengan baik oleh pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu melalui Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata. Hal ini dikarenakan

⁹ <https://www.riauone.com/riau/MTQ-ke-49-Kabupaten-Inhu-Paling-Sukses-dan-Meriah> diakses pada tanggal 16 Februari 2022

belum adanya peraturan daerah yang mengatur. Belum adanya peraturan daerah yang mengatur tentang tiket masuk Danau Raja sehingga pemerintah mengalami kesulitan dalam mengembangkan dan mengawasi wisata tersebut.

Fasilitas-Fasilitas standar sebagai tempat wisata pun belum memadai dan promosi-promosi yang dilakukan hanya bersifat lokal, belum dikenal oleh masyarakat secara keseluruhan, apalagi turis mancanegara. Masyarakat sangat mendukung lokasi ini untuk dikembangkan dengan baik, karena hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian dan pembangunan. Masyarakat berharap Pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu melalui Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata segera memaksimalkan pengembangan terhadap objek wisata ini.

Pemerintah daerah terus melakukan pembenahan terhadap objek wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu. Salah satu objek wisata yang mulai ramai di kunjungi wisatawan lokal pada siang dan malam hari adalah wisata danau raja yang terdapat di tengah kota bersejarah ini. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menyebutkan, bahwa tahun 2018 Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata melakukan renovasi atau pembenahan terhadap objek wisaa dan salah satunya adalah objek wisata Danau Raja. Dengan tujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung saat mengunjungi wisata Danau Raja dan meningkatkan minat kunjungan wisata Danau Raja. Hal ini menunjukkan keseriusan pemerintah untuk mengembangkan wisata Danau Raja.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memilih judul ini karena penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

1.2 Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menafsirkan judul penelitian ini, penulis merasa perlu menguraikan istilah-istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategis*, yang berarti Jenderal. Maka, strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai.¹⁰

Menurut Through strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.¹¹

Maka dapat dipahami strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung tentang produk dan merk yang dijual. Kata “Komunikasi Pemasaran” memiliki dua unsur pokok, yaitu: Komunikasi yang berarti di mana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu atau antar organisasi dengan individu.

¹⁰ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001) hal 153-157

¹¹ Ali Hasan, *Op, Cit.* H.29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan yang merupakan gagasan atau informasi pengirim melalui suatu media kepada penerima agar mampu memahami maksud pengirim. Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan atau organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) tentang informasi produk, jasa dan ide antara mereka dengan pelanggannya.¹²

3. Wisata Danau Raja

Wisata adalah piknik, bertamasya, berpergian bersama-sama (untuk bersenang-senang dan sebagainya). Danau Raja merupakan sebuah panorama alam yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai objek wisata yang terletak di Kabupaten Indragiri Hulu Kecamatan Rengat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Danau Raja di Kabupaten Indragiri Hulu?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Danau Raja di Kabupaten Indragiri Hulu

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

¹² Dr.M.Anang Firmansyah, S.E.,M.M, “Komunikasi Pemasaran”. (Pasuruan, Jawa Timur: CV.Penerbit Qiara Media, 2020) hlm 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 1) Penelitian ini menjadi sumbangsih ilmiah terutama bagi penulis dan mahasiswa ilmu komunikasi.
 - 2) Sebagai pengembangan ilmu yang didapatkan penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Kegunaan Praktis
- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis secara langsung dalam implementasi intregeted marketing communication dengan baik dan benar sebagai media informasi.
 - 2) Diharapkan dapat berguna untuk penelitian lanjutan bagi peneliti atau pihak lain.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut penulis lampirkan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, penulis menguraikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Menjelaskan tentang kerangka teori, kajian terdahulu dan kerangka piker

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya.

Kajian terdahulu menjadi bahan masukkan dalam penelitian dan untuk menghindari terjadinya persamaan pada desain dan temuan dalam penelitian ini, maka penulis mencantumkan beberapa penelitian terdahulu. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji :

- a. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Veni Fitra Melisa tahun 2018 mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop”. Penelitian tersebut mempunyai hasil strategi komunikasi yang dihasilkan tentunya membutuhkan komunikator untuk menyampaikan pesan-pesan guna menarik minat pengunjung objek wisata pantai solop dalam hal ini komunikator menjadi penting karena sangat berpengaruh pada tujuan dari strategi komunikasi tersebut. Program promosi pantai solop ini merupakan salah satu fokus dari kerja dinas pariwisata kepemudaan dan olahraga dan kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir yaitu perencanaan, pengusulan atau pengesahan, persiapan teknis, pelaksanaan program dinas pariwisata dan kepemudaan dan olahraga dan kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir menetapkan orang-orang yang memiliki kapasitas dan kredibilitas serta pengetahuan yang luas tentang objek wisata pantai solop agar dapat diterima dengan baik.

Perbedaan pada penelitian ini pada skripsi terdahulu strategi komunikasi dinas kepemudaan dan olahraga dan kebudayaan Kabuapten Indragiri Hilir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dalam menarik minat pengunjung objek wisata pantai solop, sedangkan penelitian yang saya lakukan startegi komunikasi pemasaran dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata kabupaten indargiri hulu dalam mengembangkan wisata danau raja. Perbedaanya terletak pada objek dan tempat penlitian.

- b. Hasil penelitian terdahulu oleh Chintiya Betari Avinda 2016 mengenai “Strategi Promosi Banyuwangi sebagai Destinasi Wisata Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata”. Penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta hambatan-hambatan yang dialami. Metode deskriptif kualitatif dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara dengan kepala dinas dan staf dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi, serta studi kepustakaan. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi melalui bauran promosi sudah memberikan dampak positif terhadap kunjungan wisatawan dan meningkatkan lama tinggal wisatawan. Program-program advertising dan direct marketing yang dilakukan sudah efektif sedangkan sales promotion dan public relation belum cukup efektif. Dalam pelaksanaan strategi promosi juga terdapat faktor pendukung dan penghambat. Dari hasil pengolahan data disarankan kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mengkaji ulang program bauran promosi yang kurang efektif, mengadakan pelatihan kepariwisataan dan bahasa inggris, memperbanyak tourist information centre, serta menjalin kerjasama dengan stakeholder lainnya.

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah adalah terletak pada objek penelitian dan tempat penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

c. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deni Siska, 2014 mengenai “Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dalam Mempromosikan Tempat-tempat Wisata”. Penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa media relations merupakan bagian dari public relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan public untuk mencapai tujuan organisasi. Aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dilakukan oleh seorang public relations atau humas dalam menjalankan tugasnya bekerjasama dengan media agar tempat-tempat wisata yang ada di Provinsi Riau diketahui oleh masyarakat dalam negeri maupun mancanegara dan khususnya bagi masyarakat Riau. Hal tersebut menjadi masalah bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dalam mewujudkan visi dan misinya, yaitu dengan visi Riau 2020. Oleh karena itu, sangat perlu dijalin kerjasama yang lebih intens antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan media, mengingat media merupakan saluran informasi yang sangat handal. Kerjasama antara petugas public relations dan publik yang saling menghargai akan memaksimalkan hasil dari aktivitas media relations yang dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas media relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumenasi. Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dengan menggunakan purposive sampling dimana dengan menggunakan Indepth Interview kepada pimpinan humas dan yang menjalankan manajerial media relations. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

dengan cara penyebaran pers yang bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat apa kegiatan dan program dari suatu instansi, konferensi pers yang biasanya dilakukan sebelum dan sesudah melaksanakan suatu kegiatan atau acara, kunjungan pers, resepsi pers, peliputan kegiatan dan wawancara pers.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu mengkaji tentang aktivitas media relation sedangkan penelitian saya mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran.

- d. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Sri Nur Rahmi 2015 mengenai “Aktivitas Promosi Toraja Destination Management Organization (DMO) Dalam Mempromosikan Objek Wisata di Toraja”. Penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa Toraja destination management organization (DMO) menyadari pentingnya promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk membangun, menjaga dan meningkatkan citra Toraja sebagai daerah tujuan wisata. Bentuk promosi terhadap suatu produk wisata yang dilakukan olehh pengunjung antara lain dengan saling tukar menukar informasi, berbagai pengalaman dari mulut ke mulut kepada orang-orang sekitarnya pada dasarnya promosi dilakukan dengan tujuan memberikan informasi kepada konsumen terhadap suatu produk yang akan ditawarkan, bentuk promosi pun dilakukan dengan cara dan teknik berbeda-beda yakni dengan menggunakan media elektronik seperti elevisi, radio, media iklan maupun memberikan informasi.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah, penelitian terdahulu mengkaji tentang aktivitas media relation sedangkan penelitian saya mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran.

- e. Hasil Penelitian erdahulu yang dilakukan oleh Ori Pranata tahun 2018 mengenai “Akivias Promosi Wisata Bono”. Penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa komunikasi pemasaran merupakan bagian aktivitas promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak dalam hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

ini adalah objek wisata Bono adapun objek yang dicapai dalam penelitian adalah untuk mendeskripsikan aktivitas komunikasi pemasaran untuk membangun dan mendeskripsikan aktivitas komunikasi pemasaran untuk membangun dan untuk mengetahui faktor penghambat serta kebijakan strategi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan pariwisata pemuda dan olahraga Kabupaten Pelalawan dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran pada objek wisata Bono. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara pada sumber terkait observasi dan dokumentasi.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu mengkaji tentang aktivitas promosi sedangkan penelitian saya mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran.

- f. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Niko Pratama 2015 mengenai “Aktivitas Media Relations Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Pemuda dan Olahraga Pesisir Selatan Sumatera Barat Dalam Publikasi Objek Wisata Pantai Carocok”. Penelitian ini membahas aktivitas media relation dinas pariwisata ekonomi kreatif pemuda dan olahraga kabupaten pesisir selatan dalam publikasi objek wisata Pantai Cerocok dan seperti apa faktor pendukung aktivitas media relations dinas pariwisata ekonomi kreatif pemuda dan olahraga Kabupaten Pesisir Selatan dalam Publikasi objek wisata Pantai Cerocok tersebut.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya, penelitian terdahulu mengkaji tentang aktivitas media relation sedangkan penelitian saya mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran.

- g. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Masyhadiah tahun 2017 mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Manuju” penelitian tersebut memiliki hasil bahwa dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kabupaten Manuju tentunya kantor dinas pariwisata dan kebudayaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

memiliki strategi khusus untuk mencapai perkembangan pariwisata di Kabupaten Manuju diperlukan kerja sama.

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah terletak pada objek penelitian dan tempat penelitian.

- h. Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Evawani Elysa Lubis, 2012 mengenai “Strategi Promosi Objek Wisata Oleh Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Karimun, Provinsi Kepulauan Riau” penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa penelitian ini difokuskan kepada strategi komunikasi kepada strategi promosi dinas pariwisata, seni dan budaya Kabupaten Karimun, Provinsi Kepulauan Riau. Strategi promosi ini ditetapkan dan dilaksanakan oleh bidang promosi dan atraksi pariwisata, Dinas pariwisata seni dan budaya Kabupaten Karimun memiliki tugas sebagai berikut : Melakukan perencanaan umum promosi dan atraksi pariwisata. Mempersiapkan penyusunan petunjuk teknis pelaksanaan promosi dan atraksi pariwisata. Melaksanakan promosi dalam maupun luar negeri tentang pariwisata daerah. Melaksanakan Pementasan atraksi pariwisata daerah. Menyusun evaluasi dan pelaporan pelaksanaan promosi dan atraksi pengembangan pariwisata. Melakukan koordinasi dan kerja sama dengan instansi lain dalam rangka pelaksanaan promosi dan atraksi pengembangan pariwisata.

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu mengkaji strategi promosi sedangkan penelitian saya mengkaji strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan wisata danau raja. Perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian dan lokasi penelitian.

- i. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agustin Indah Dinantiya, 2020 mengenai “Strategi Public Relations dalam Mempromosikan Wisata Waduk Tanjungan”. Penelitian tersebut memiliki hasil bahwa penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan public relation dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mempromosikan wisata waduk tanjungan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deksriptif. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relation dalam mempromosikan wisata waduk tanjungan menggunakan strategi berbasis internet dengan promosi melalui media sosial yaitu facebook, instagram, website. Public relation mengadakan berbagai kegiatan di wisata waduk tanjungan seperti car free day setiap satu bulan sekali, jalan santai, hiburan musik seperti orkes atau musik dangdut, pertunjukan seni budaya, kirab budaya. Public relation wisata waduk tanjungan menggunakan komunikasi pemasaran terpadu dalam memasarkan wisatanya kepada public, melalui pendekatan 4P. Dengan memaksimalkan kerjasama dengan pihak eksternal akan sangat membantu mempromosikan Wisata Waduk Tanjungan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah penelitian terdahulu membahas tentang strategi public relation dalam mempromosikan wisata waduk tanjungan sedangkan penelitian saya tentang strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan wisata danau raja. Perbedaan yang lainnya terletak pada objek penelitian dan lokasi penelitian.

Hasil penelitian terdahulu dilakukan oleh Rialdo Rezky tahun 2018 mengenai “Strategi Marketing Public Relation Dinas Pariwisata Kabupaten Brebes dalam Mempromosikan Objek Wisata Mangrove Pandan Sari” penelitian tersebut mempunyai hasil bahwa penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan strategi marketing public relation yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten brebes dan mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata di Kabupaten brebes terutama objek wisata mangrove pandan sari pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam sebagai metode

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

utama pengumpulan data penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dalam memandang permasalahannya.

Perbedaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah terletak pada objek penelitian, lokasi penelitian.

2.2 Kajian Teori

A. Strategi Komunikasi Pemasaran

1. Strategi

Menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan penting itu dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi apa jenis organisasi tersebut.

Menurut Buzzle dan Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk manajemen, yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan ini biasanya melibatkan sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.¹³

Menurut Throuth strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik.¹⁴

Maka dapat dipahami strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

¹³ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996) Hal:19

¹⁴ Ibid Hal 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Langkah-langkah dalam strategi pemasaran mencakup empat tahapan yaitu :

- 1) Analisis situasi strategi, meliputi memenangkan pasar melalui strategis berorientasi pasar, mengumpulkan informasi dan mengukur permintaan pasar, mencari peluang dilingkungan pemasaran, menganalisis pasar komunitas internet, menganalisis pasar konsumen dan perilaku pembeli, menganalisis bisnis dan perilaku pembelian bisnis, menghadapi pesaing dan mengidentifikasi segmen serta memilih pasar sasaran.
- 2) Perancangan strategi pemasaran, mencakup menentukan posisi dan mengidentifikasi pasar, strategi hubungan pemasaran dan perencanaan produk baru.
- 3) Pengembangan program pemasaran, mencakup menetapkan startegi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi.
- 4) Implementasi dan pengelolaan strategi, mencakup merancang organisasi pemasaran yang efektif, implementasi dan pengendalian strategi.¹⁵

2. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima , membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.¹⁶

Kegiatan Komunikasi Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan untuk mewujudkan suatu produk, jasa, ide, dengan menggunakan bauran pemasaran (*Promotion mix*) yaitu : Iklan

¹⁵ M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) Hal 26

¹⁶ Tjiptono, Fandy, dkk, 2007, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Penerbit Andi. Hal 37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

(*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*) serta pemasaran langsung (*direct marketing*).¹⁷

Komunikasi pemasaran meliputi tiga tujuan utama yaitu untuk menyebarkan informasi (komunikasi informatif), memengaruhi untuk melakukan pembelian atau menarik konsumen (komunikasi persuasif) dan menginginkan khalayak untuk melakukan pembelian kembali (Komunikasi mengingatkan kembali). Respon atau tanggapan konsumen sebagai komunikasi meliputi:¹⁸

- 1) Efek kognitif, yaitu membentuk kesadaran informasi tertentu.
- 2) Efek efektif, yakni memberikan pengaruh untuk melakukan sesuatu yang diharapkan adalah reaksi pembelian.
- 3) Efek konatif atau perilaku yaitu membentuk pola khalayak menjadi perilaku yang diharapkan adalah pembelian ulang.

Kennedy dan Soemanagara berpendapat bahwa komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditunjukkan kepada konsumen :

- 1) Tahap perubahan pengetahuan menunjukkan bahwa konsumen mengetahui adanya keberadaan sebuah produk , untuk apa produk itu diciptakan dan ditujukan kepada siapa produk tersebut, dengan demikian pesan yang disampaikan tidak lebih menunjukkan informasi penting dari produk.
- 2) Tahap perubahan sikap (*attitude*) menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah objek atau gagasan. Adapun tahap perubahan sikap yang

¹⁷ Widjaja, H.A.W. 2000, *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*, Jakarta:Rineka Cipta, hal 15-21

¹⁸ Swasta Basu dan Irawan , 1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, hal 23-25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

dimaksud berkaitan dengan pengaruh komunikasi pemasaran terhadap penilaian konsumen atas suatu produk.

- 3) Tahap perubahan perilaku ditujukan konsumen tidak beralih kepada produk lain, dan terbiasa untuk menggunakannya.

a. Fungsi Komunikasi Pemasaran

Fungsi Komunikasi pemasaran bagi konsumen adalah sebagai berikut :¹⁹

- a. Konsumen dapat mengetahui bagaimana dan mengapa sebuah produk digunakan oleh masyarakat dengan kalangan seperti apa, dimana dan kapan waktu yang tepat.
- b. Konsumen dapat belajar mengetahui tentang siapa yang menciptakan produk dan apa ciri khasnya.
- c. Dan konsumen dapat diberikan satu kesempatan untuk imbalan dari percobaan pengguna.

b. Peran Komunikasi Pemasaran

Peranan Komunikasi pemasaran meliputi empat peranan, yaitu²⁰ :

- a. Differentiate (Membedakan) untuk membedakan sebuah produk atau jasa dari produk lain yang ada, dalam hal ini memperkenalkan atribut dari produk atau jasa.
- b. Reinforce (memperkuat). Memperkuat atau mengingatkan dan memastikan customer dan pelanggan mengenai produk atau brand.
- c. Inform (menginformasikan) yang bertujuan agar masyarakat menjadi tahu dan sadar akan keberadaan sebuah produk atau jasa selain itu agar masyarakat mengetahui fitur-fitur yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut.
- d. Persuade (membujuk)

¹⁹ Swasta Basu DH, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE

²⁰ Fill C. 2006. *Marketing Communication: Contexts, Contents, and Strategies*. Hertsfordshire:Prentice Hall. Hal 22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

c. Ciri-Ciri Komunikasi Pemasaran

Adapun ciri-ciri komunikasi pemasaran menurut Soemanegara, sebagai berikut:²¹

- a. Komunikasi pemasaran bersifat kompleks artinya tidak sederhana seperti kita berbincang-bincang dengan rekan sekantor atau dengan keluarga.
- b. Komunikasi pemasaran memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu peningkatan pendapatan.
- c. Dapat menumbuhkan sebuah keinginan seseorang untuk memiliki atau mendapatkan suatu produk.

Adapun menurut Lupiyoadi, ciri-ciri komunikasi pemasaran sebagai berikut:²²

- a. Konfrontasi personal, yaitu mencakup hubungan hidup , langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih.
- b. Dapat mempererat, yaitu memungkinkan timbulnya berbagai jenis hubungan mulai dari hubungan penjualan sampai hubungan persahabatan.
- c. Adanya tanggapan, yaitu membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan wiraniaga.

d. Tujuan Komunikasi Pemasaran

Seluruh Kegiatan Komunikasi Pemasaran memiliki tujuan-tujuan sebagai beriku:²³

- a. Menciptakan keinginan dalam suatu kegiatan produk, setiap organisasi memiliki tujuan dan hak untuk bisa meraih konsumen

²¹ Kennedy dan Soemanegara, *Marketing Communication "Taktik dan Strategi"*, (Jakarta:PT.Buana Populer kelompok Gramedia 2006), h.23

²² Philip Kotler, *Manajemen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta,Erlangga,2012) h.63

²³ Shimp "*Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*", (Jakarta:PT.Buana Populer kelompok Gramedia).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

agar bisa memilih produknya dan bukan produk kompetisionnya. Dengan demikian segala bentuk pemasaran wajib memiliki inovasi dalam kegiatannya guna mempertahankan dan membangun kategori produk mereka.

- b. Menciptakan kesadaran merk, dengan cara memahami untuk lebih mengenal, melalui iklan, promosi penjualan dan segala bentuk komunikasi pemasaran sebuah merk, menginformasikan kepada orang banyak tentang ciri khusus dan manfaatnya, selagi menampilkan perbandingan dengan merk pesaing, dan menampilkan jika merk yang ditawarkan memiliki keunggulan dari sisi fungsional dan simbolis.
- c. Menciptakan sikap positif terhadap produk dan memengaruhi niat (instentation). Komunikator yang sukses untuk bisa memengaruhi konsumen sehingga memunculkan pemahaman akan merknya, konsumen dapat membentuk sikap positif pada produk atau merk, diharapkan akan muncul keinginan berlanjut untuk membeli produk diwaktu yang akan datang.
- d. Memfasilitasi pembelian, jika usaha dalam komunikasi pemasaran berjalan dengan efektif, konsumen akan memahami mengapa merk tersebut tinggi, hingga konsumen memiliki pemikiran lebih menarik dengan harga premium tersebut. Iklan efektif dengan display yang sangat menarik di toko, serta variabel komunikasi pemasaran lainnya memiliki fungsi sebagai fasilitas pembelian solusi akan sebuah persoalan yang timbul dari variabel bauran pemasaran non promosi (produk, harga, distribusi)

e. Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran

Berikut merupakan unsur-unsur yang harus diperhatikan dalam komunikasi pemasaran :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

a. Periklanan

Semua bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu harus memiliki karakteristik karakteristik yaitu dapat mencapai konsumen yang terpecah secara geografis, dapat mengulang pesan berkali-kali, bersifat impersonal, dan komunikasi.

b. Promosi Penjualan

Berbagai intensif jangka pendek mendorong keinginan untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa dengan karakteristik menggunakan berbagai cara pendekatan, menarik perhatian pelanggan, menawarkan kekuatan dari intensif untuk membeli, mengundang dan cepat memberikan penghargaan atas respon konsumen dan efeknya hanya berjangka pendek.

c. Hubungan masyarakat dan publisitas

Untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya harus memiliki karakteristik yaitu sangat percaya, bisa meraih orang yang menghindari tenaga penjualan dan periklanan, dapat mendramatisasi perusahaan dan produk, sangat berguna dan efektif serta ekonomis.

d. Penjualan personal

Interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan. Dengan karakteristik melibatkan interaksi pribadi, memungkinkan pengembangan erat dan perangkat promosi.

e. Pemasaran langsung

Penggunaan surat, telepon, fasimili, email dan alat penghubung nonpersonal untuk berkomunikasi secara langsung dengan mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan. Memiliki karakteristik yang pertama yaitu bentuknya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 beragam mencerminkan empat subkarakter, nonpublik, segera, seragam. Kedua sangat tepat untuk pasar sasaran tertentu yang dituju.

f. Langkah-langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran yang Efektif

Berikut langkah-langkah pengembangan komunikasi pemasaran yang efektif:²⁴

1. Mengidentifikasi khalayak yang dituju

Khalayak diartikan sebagai calon pembeli produk perusahaan, pemakai saat ini, penentu keputusan atau pihak yang memengaruhi. Khalayak yang dimaksud adalah individu, kelompok, masyarakat tertentu atau masyarakat umum.

2. Menentukan tujuan komunikasi

Setelah pasar sasaran dan karakteristik diidentifikasi, komunikator pemasaran harus memutuskan tanggapan yang diharapkan dari khalayak, tanggapan terakhir yang diharapkan adalah pembelian, kepuasan yang tinggi.

3. Merancang Pesan

Setelah menentukan tanggapan yang diinginkan dari khalayak, selanjutnya komunikator mengembangkan pesan yang efektif. Idealnya, pesan itu harus menarik perhatian (*attention*), memperhatikan ketertarikan (*interest*), membangkitkan keinginan (*desiere*), dan menggerakkan tindakan (*action*).

4. Memilih saluran komunikasi

Saluran komunikasi ada dua jenis, yaitu yang pertama saluran komunikasi personal yang mencakup dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung satu sama lain dan saluran komunikasi mempersonal yaitu menyampaikan pesan tanpa

²⁴ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta Erlangga, 2012), h.63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

melakukan kontak atau interaksi pribadi, tetapi dilakukan melalui media, atmosfer dan acara.

5. Menentukan total anggaran promosi

Ada empat metode untuk menyusun anggaran promosi, yaitu metode sesuai kemampuan, metode presentasi penjualan, metode keseimbangan persaingan, metode tujuan dan tugas.

6. Membuat keputusan atas bauran promosi (*promotion mix*)

Perusahaan mendistribusikan anggaran promosi untuk lima alat promosi yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, pemasaran langsung, acara dan pengalaman.

7. Mengukur hasil promosi tersebut

Setelah menetapkan rencana promosi, kemudian komunikator mengukur dampak pada khalayak sasaran. Hal ini menanyakan khalayak sasaran apakah mereka mengingat atau mengenali pesan yang telah disampaikan, berapa kali mereka melihatnya, hal-hal apa saja yang mereka ingat, bagaimana perasaan mereka tentang pesan tersebut, dan sikap mereka, baik sebelum maupun saat ini tentang produk dan perusahaan tersebut.

3. Strategi Komunikasi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “*stratus*” yang artinya tentara dan kata “*agei*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi yang dimaksud adalah memimpin tentara. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang harus dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”.²⁵

²⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014). H.64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan oleh sejumlah persoalan yang berkaitan dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) membuat definisi yaitu “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima sampai pada efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.²⁶

Pemilihan strategi merupakan langkah yang krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Sebab jika salah dalam memilih strategi atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga. Oleh sebab itu, strategi merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana.²⁷

Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi pemasaran dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur, yaitu komunikasi dan pemasaran.

Komunikasi adalah proses pemikiran dan pemahaman yang disampaikan antara individu atau antara organisasi dengan individu. Sedangkan pemasaran adalah sekumpulan kegiatan di mana perusahaan dan organisasi mentransfer nilai-nilai pertukaran antara mereka dengan pelanggannya.

Jadi Komunikasi pemasaran mempresentasikan gabungan semua unsur dalam pembauran pemasaran merk yang memfasilitasi terjadinya

²⁶ Ibid

²⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h.32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebar luaskan kepada pelanggan atau kliennya.²⁸

Dalam setiap kegiatan pemasaran, elemen yang sangat penting untuk diperhatikan adalah komunikasi. Pada tingkatan dasar, komunikasi dapat menginformasikan dan membuat konsumen potensial menyadari atas keberadaan produk yang ditawarkan. Pada tingkatan yang lebih tinggi, peran komunikasi tidak hanya pada pendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan membedakan produk, tetapi juga menawarkan sarana pertukaran itu sendiri.²⁹

Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan karna tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Penentuan siapa saja yang menjadi sasaran yang tepat, proses komunikasi akan berjalan efektif dan efisien. Agar komunikasi pemasaran berjalan denan efektif dan efisien memerlukan strategi komunikasi pemasaran.

Strategi komunikasi pemasaran adalah rencana yang disatukan, menyeruh, terpadu yang mengaitkan kekuatan strategik perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan apa yang hendak ditawarkannya pada pasar sasaran.³⁰

Strategi komunikasi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan sasaran yang efektif.³¹

²⁸ Ibid

²⁹ Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003)h.250

³⁰ Steven Pike, *Intregeted marketting communication* penterjemah Uyung Sulaksana, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003) hal 23

³¹ Muhammad Ismail, *Menggagas bisnis islam*, Jakarta:Genna Insani Press, 2002) hal 125

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Fandy Tjiptono mengutip pendapat Tull dan Kahle bahwa strategi komunikasi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani sasaran.³²

Kesimpulannya adalah strategi komunikasi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan dalam memberikan informasi, memengaruhi, promosi suatu kegiatan pemasaran agar tercapai keberhasilan perusahaan.

2.3 Konsep Operasional

Penulis melanjutkan ke konsep operasional. Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk menjabarkan dalam bentuk nyata kerangka teoritis, karena kerangka teoritis masih bersifat abstrak juga belum sepenuhnya dapat diukur, untuk itu dibutuhkan konsep operasional agar lebih terarah.

Agar tidak terjadi kesalah pahaman serta memudahkan bagi peneliti untuk melakukan penelitian serta menjelaskan Permasalahan yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja dapat dilihat dari unsur-unsur komunikasi pemasaran sebagai berikut :

- a) Periklanan seperti menggunakan media media elektronik seperti radio, media cetak seperti koran dan media sosial seperti facebook, twitter, youtube dan instagram untuk mengiklankan dan memperkenalkan wisata danau raja.
- b) Promosi Penjualan seperti memberikan promo paket wisata kepada para pengunjung
- c) Hubungan masyarakat dan publisitas seperti mengadakan event-event yang diselenggarakan di wisata Danau Raja.

³² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997) hal.6

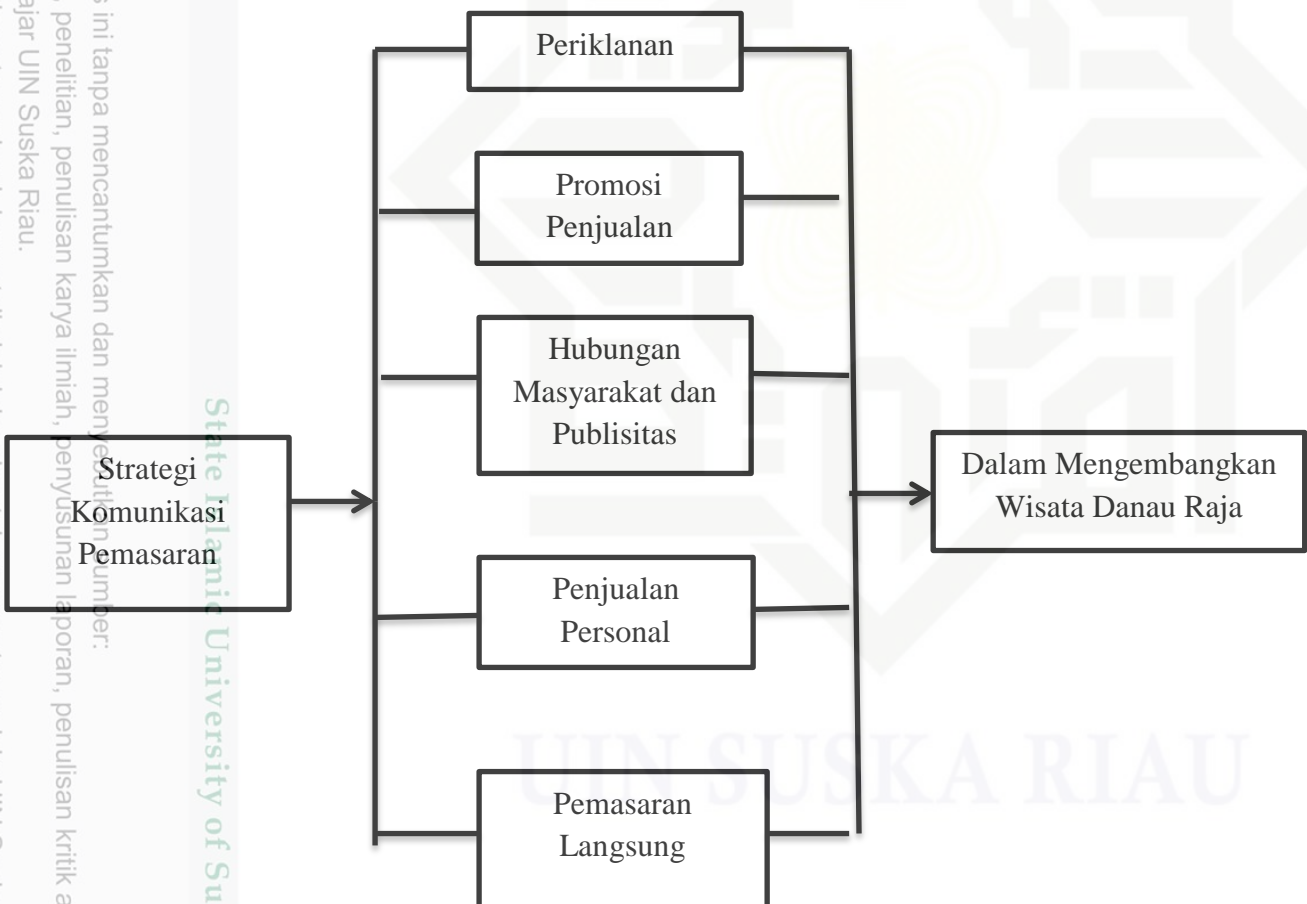
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d) Penjualan Personal seperti mengikuti rapat global antara dinas pariwisata seprovinsi Riau dan masing-masing dinas memperkenalkan wisata yang ada di daerahnya masing-masing.
- e) Pemasaran Langsung seperti berinteraksi langsung kepada masyarakat.

2.4 Kerangka Berpikir

Komunikasi pemasaran menurut *Terance A Shimp* dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Yahya Dwi Kartini yang berjudul *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi* mendefinisikan komunikasi pemasaran adalah cara yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasi dan meningkatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Denzim dan Lincoln (1994) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi serta dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Sedangkan menurut Sugiono (2010) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menempatkan peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif.³³

Peneliti juga menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bertujuan menggambarkan, meringkas berbagai kondisi atau fenomena sosial yang ada di masyarakat. Sebagai penelitian deskriptif kualitatif, peneliti hanya memaparkan atau menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diangkat dalam penelitian yang kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.³⁴

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Jalan Indragiri No. 01, 29351 Pematang Reba, Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan Oktober 2022.

³³ Setiawan, *Metodologi Kualitatif*. 7

³⁴ Jalaludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm 24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3.3 Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di Lapangan. Sumber data primer bisa berbentuk pendapat objek penelitian atau orang secara individu atau kelompok. Maka dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah hasil dari wawancara dan observasi mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Dinas Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data pelengkap serta pembantu untuk melengkapi data penelitian. Sumber data sekunder diperoleh dalam bentuk buku-buku, catatan-catatan, laporan, dokumen, serta website. Jadi untuk mendukung sumber data yang didapatkan dalam penelitian, maka peneliti mendapatkan data berbentuk laporan, dokumen, website dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah peneliti yakni bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami objek penelitian atau seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu pengambilan data dengan cara memilih orang-orang tertentu berdasarkan pada kelompok, wilayah atau sekelompok individu melalui pertimbangan tertentu yang diyakini mewakili semua unit analisis yang ada.³⁵

³⁵ <https://penelitianilmiah.com/informan-penelitian/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah Bapak Atan, S.P sebagai Kepala Dinas dan Bapak Nurizal Murza Indra, S.Sos, M.Si sebagai kepala bidang pariwisata, Ibu Godam Tintin, S.Sos dan Ibu Dra.Ellyanora sebagai adytama kepariwisataan dan ekonomi kreatif ahli muda di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan cara mengumpulkan data serta informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber informan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang mendalam (*depth interview*), yaitu suatu cara memperoleh data dan informasi secara langsung bertatap muka atau melalui via media sosial dengan informan penelitian agar mendapatkan data yang valid. Pada wawancara ini, informan bebas memberikan jawaban dan wawancara ini dilakukan secara berulang-ulang.³⁶

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yan digunakan untuk menelusuri data-data yang pernah terjadi baik berbentuk arsip-arsip , laporan atau dokumen foto dan hardisk. Maka dokumentasi penelitian ini, penulis memperoleh data dari arsip-arsip, laporan atau dokumen foto yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3.6 Validasi Data

Validasi data adalah pengujian alat ukur penelitian. Validasi data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Dimana triangulasi

³⁶ Rachmat Kriyanto, Ph.d “*Teknik Praktis Riset Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif*” (Jakarta:Prenadamedia Group,2006)291-292

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain sebagai pembanding.³⁷

Berikut beberapa triangulasi, yaitu sebagai berikut :³⁸

1. Triangulasi Sumber

Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan apa yang dikatakan pribadi.

2. Triangulasi Waktu

Berkaitan dengan perubahan proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Karena itu periset perlu mengadakan observasi tidak hanya satu kali.

3. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif

4. Triangulasi Periset

Menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing periset mempunyai gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati fenomena maka hasil pengamatannya bisa berbeda walaupun fenomenanya sama.

5. Triangulasi Metode

Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.

Sehingga dalam penelitian ini untuk menguji validitas data penulis menggunakan Triangulasi Sumber, yaitu membandingkan hasil data

³⁷ Lexy J. Maleong, "Penelitian Kualitatif" (Jakarta:Rineka cipta, 2000) hal. 11

³⁸³⁸ Rachmat Kriyanto, Ph. D "Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif" (Jakarta: Prenada Media Group, 2006 edisi pertama) Hal.72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

penelitian yang diperoleh dari narasumber satu kemudian dibandingkan dengan hasil data penelitian dari narasumber lainnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari serta menyusun secara sistematis data hasil wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami dengan mudah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman yaitu pengumpulan data , reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun langkah-langkah tersebut sebagai berikut :

1. Reduksi data

Reduksi data adalah penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan hal yang sering digunakan pada data penelitian kualitatif berbentuk naratif. Penyajian-penyajian data yang disajikan berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data dan tetap mengaju pada rumusan masalah, secara tujuan yang hendak dicapai atau diwujudkan. Data yang telah disusun dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Jadi dari proses analisis data yang dilakukan adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Danau Raja Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Singkat Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu

Kabupaten Indragiri Hulu merupakan daerah yang memiliki berbagai potensi sumber daya alam yang besar serta keindahan alam yang permai. Untuk itu diperlukan memasarkan potensi ini kepada seluruh masyarakat dengan menggunakan media yang efektif secara berkelanjutan agar potensi tersebut dapat diberdayakan secara optimal untuk mencapai kesejahteraan masyarakat luas dan demi kemajuan Kabupaten Indragiri Hulu dimasa yang akan datang.

Dinas Pariwisata merupakan satuan dinas yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu, yang memiliki peranan penting dalam mempromosikan berbagai jenis objek wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu. Dinas pariwisata ini bertanggung jawab terhadap segala hal yang berkaitan dengan kebudayaan dan kepariwisataan Kabupaten Indragiri Hulu.

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dibentuk berdasarkan peraturan daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 18 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu dan telah dirubah dengan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah. Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 18 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu dan elah dirubah kedua kalinya dengan Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Nomor 7 tahun 2014 tentang Perubahan Kedua Peraturan Daerah Kabupaten

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu merupakan salah satu instansi pemerintahan yang memiliki tugas membantu bupati dalam bidang pemuda, olahraga dan pariwisata.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

4.2 Letak Geografis Kabupaten Indragiri Hulu

1. Geografis

Kabupaten Indragiri Hulu merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Riau Indonesia. Ibu kota Kabupaten Indragiri Hulu terletak di kota Rengat dan pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Rengat Barat yaitu Pematang Reba. Kabupaten Indragiri Hulu memiliki luas 8.198.26 km² (819.826,0 Ha) yang terdiri dari dataran rendah, dataran tinggi rawa-rawa dengan ketinggian 50-100m di atas permukaan laut. Kabupaten Indragiri Hulu terletak di 0⁰15' lintang utara, lintang selatan, 1⁰5' bujur timur, 1⁰2'48 bujur barat.

Kabupaten Indragiri Hulu merupakan pemekaran yang dibentuk berdasarkan Undang-undang No 6 Tahun 1965 sebelumnya merupakan Kabupaten Indragiri yang dimekarkan menjadi dua kabupaten yaitu Kabupaten Indragiri Hilir dengan ibukota Tembilahan dan Kabupaten Indragiri Hulu dengan ibukota Rengat.

Pada tahun 1999 Kabupaten Indragiri Hulu dimekarkan lagi menjadi dua Kabupaten yaitu Kabupaten Kuantan Singingi yang berkedudukan di Taluk Kuantan dan Kabupaten Indragiri Hulu yang berkedudukan di Rengat. Pada tahun 2004 Kabupaten Indragiri Hulu yang sebelumnya hanya terdiri dari 9 Kecamatan, mengalami pemekaran wilayah kecamatan sehingga 14 kecamatan.

Adapun batas-batas Kabupaten Indragiri Hulu sebagai berikut :

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kab. Pelalawan (Riau)
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kab. Bungo Tebo (Jambi)
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Kab. Indragiri Hilir (Riau)
- d. Sebelah barat berbatasan dengan Kab. Kuantan Singingi (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. Penduduk

Penduduk Kabupaten Indragiri Hulu pada tahun 2020 sebesar 444.548 jiwa dengan penduduk laki-laki sebanyak 228.502 jiwa (51,40%) dan penduduk perempuan sebanyak 216.046 jiwa (48,60%). Penduduk laki-laki Kabupaten Indragiri Hulu lebih besar dibandingkan penduduk perempuan. Dengan seks ratio di Kabupaten Indragiri Hulu sebesar 105,76 artinya terdapat 106 penduduk laki-laki untuk setiap 100 penduduk perempuan.

Kepadatan penduduk Indragiri Hulu tahun 2020 sebanyak 54 jiwa/km². Kepadatan penduduk tertinggi masih terdapat di Kecamatan Lirik 204 jiwa/km², tetapi kondisi ini dikarenakan luas wilayah dan jumlah penduduk kecamatan Pasir Penyus masih tergabung dengan Kecamatan Sungai Lala dan Kecamatan Lubuk Batu Jaya. Kepadatan penduduk terendah di Kecamatan Peranap yaitu 28 jiwa/km², dengan kondisi luas wilayah dan jumlah penduduk Kecamatan Peranap masih tergabung dengan Kecamatan Batang Peranap.

Tabel IV.1 Kecamatan Kabupaten Indragiri Hulu

| NO | KECAMATAN | IBU KOTA | JUMLAH PENDUDUK |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | Rengat | Rengat | 52.140 |
| 2 | Rengat Barat | Pematang Reba | 45.526 |
| 3 | Pasir Penyus | Air Molek | 35.460 |
| 4 | Peranap | Peranap | 32.105 |
| 5 | Kuala Cenaku | Kuala Cenaku | 13.258 |
| 6 | Sungai Lala | Kelawat | 14.661 |
| 7 | Lirik | Lirik | 26.617 |
| 8 | Kelayang | Kelayang | 23.872 |
| 9 | Rakit Kulim | Petalongan | 23.006 |
| 10 | Lubuk Batu Jaya | Lubuk Batu Jaya | 20.844 |
| 11 | Batang Gansal | Seberida | 33.510 |
| 12 | Seberida | Pangkalan Kasai | 54.071 |
| 13 | Batang Cenaku | Aur Cina | 32.409 |
| 14 | Batang Peranap | Selunak | 10.258 |

Sumber Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Indragiri Hulu tahun 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4.3 Visi dan Misi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten

Indragiri Hulu

1. Visi

Visi merupakan pernyataan dan cita-cita yang ingin dicapai dan diwujudkan dimasa yang akan datang dan merupakan arah pembangunan dibidang pemuda olahraga dan pariwisata. Adapun visi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu sebagai berikut : “Terwujudnya pemuda yang mandiri, olahraga yang tangguh, Pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan menuju Indragiri Hulu yang lebih sejahtera”

2. Misi

Misi merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan dapat terlaksana dan berhasil dengan baik sesuai visi yang telah ditetapkan. Misi yang akan dilaksanakan dalam rangka mewujudkan visi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata adalah :

- a. Mewujudkan insan pemuda yang unggul, terampil dan mandiri.
- b. Mewujudkan pemuda sebagai pelopor dan penggerak pembangunan di bidang pemuda.
- c. Mewujudkan masyarakat yang sehat jasmani dan rohani.
- d. Mewujudkan insan olahraga yang berprestasi, mampu bersaing dan sejahtera.
- e. Mengembangkan daerah tujuan wisata yang kreatif, inovatif, mempesona dan berwawasan lingkungan sehingga mampu meningkatkan PDRB kesejahteraan masyarakat.
- f. Meningkatkan daya tarik pariwisata yang kompetitif pada tingkat nasional dan internasional.
- g. Meningkatkan kapasitas kelembagaan sumber daya manusia (SDM) regulasi kepariwisataan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.4 Kedudukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu

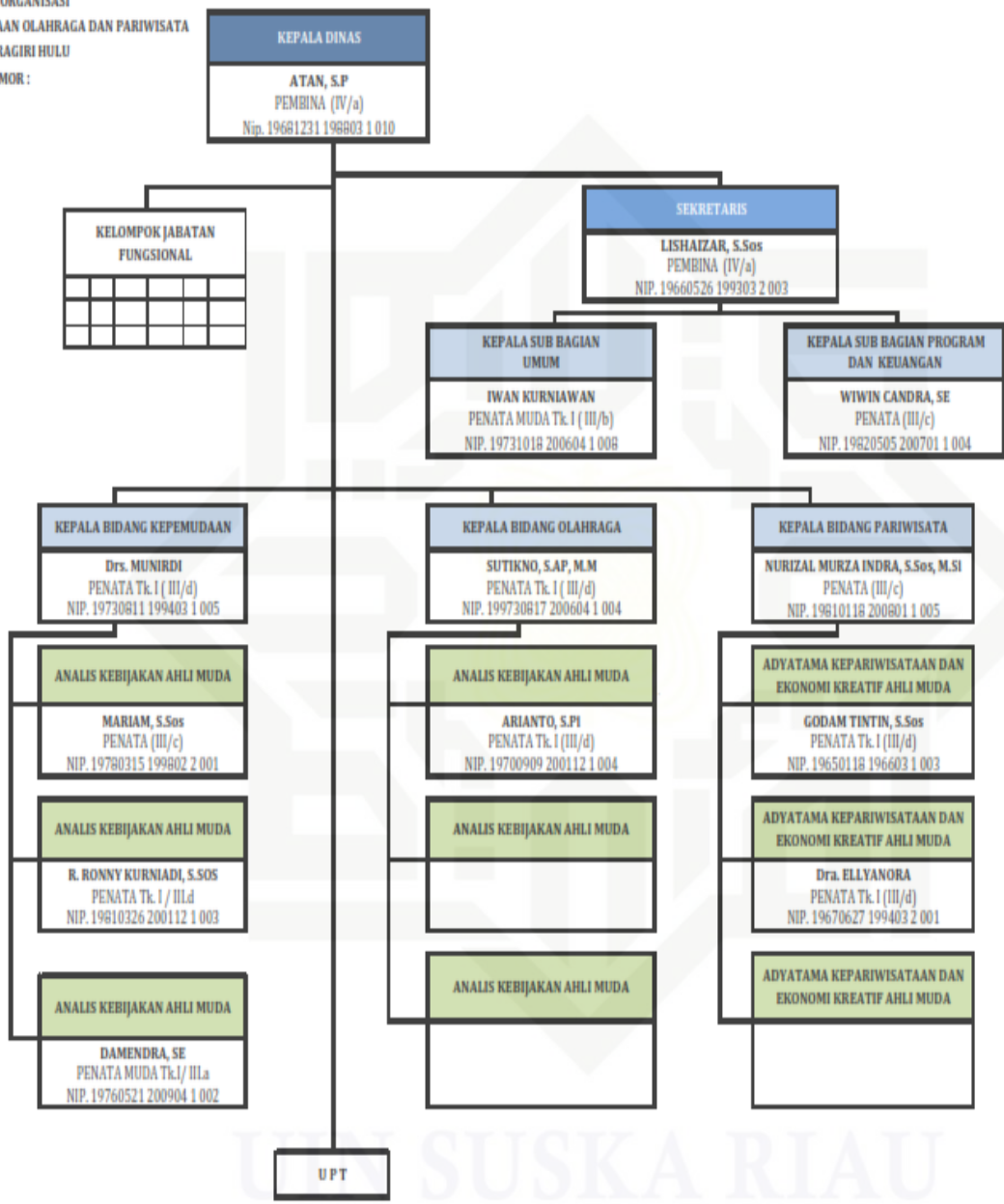
1. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata merupakan Unsur Pelaksanaan Otonomi Daerah.
2. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.
3. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan Otonomi Daerah dan tugas pembantuan di bidang kepemudaan, olahraga dan pariwisata.
4. Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan Otonomi Daerah dan tugas pembantuan di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata mempunyai tugas :
 - a. Perumusan kebijakan di Bidang Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata.
 - b. Pelaksanaan kebijakan di Bidang Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata.
 - c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata.
 - d. Pelaksanaan administrasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata.
 - e. Pelaksanaan fungsi yang diberikan Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

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

4.5 Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAGAN SUSUNAN ORGANISASI
DINAS KEMUDAAN OLARHAGA DAN PARIWISATA
KABUPATEN INDRAGIRI HULU
PERBUP INHU NOMOR :



Sumber: Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu tahun 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

4.6 Uraian Tugas Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten

Indragiri Hulu

1. Kepala Dinas

a. Tugas

Merencanakan, memimpin, mengkoordinasikan, membina, mengawasi dan mengendalikan serta mengevaluasi pelaksanaan urusan pemerintah bidang kepemudaan, olahraga dan pariwisata.

b. Fungsi

- 1) Penyusunan rencana program dan anggaran di dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata.
- 2) Pengkoordinasian pelaksanaan tugas di dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata.
- 3) Pemberian kajian teknis perizinan dan rekomendasi.
- 4) Pengelolaan urusan kesekretariatan dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata.
- 5) Pembinaan, pemantauan, pengawasan dan pengendalian secara monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata.
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan bidang dan fungsinya.

2. Sekretaris

a. Tugas

Membantu kepala dinas dalam melaksanakan pengelolaan data, pengkoordinasian, pembinaan, pengawasan, dan ketatausahaan, pembinaan kepegawaian, rumah tangga dan perlengkapan, kehumasan serta keuangan.

b. Fungsi

- 1) Penyusunan program dan anggaran bidang umum, program dan keuangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 2) Pengkoordinasian penyusunan program dan anggaran dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata.
- 3) Penyelenggaraan ketatausahaan.
- 4) Pembinaan Kepegawaian.
- 5) Pengelolaan sarana dan prasarana.
- 6) Penyelenggaraan urusan rumah tangga dan perjalanan dinas.
- 7) Penyelenggaraan fungsi kehumasan.
- 8) Pengelolaan keuangan.
- 9) Pengkoordinasian dan pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan.
- 10) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Secretariat membawahi sub bagian yaitu sebagai berikut :

- a. Sub bagian program
 - b. Sub bagian umum dan keuangan
3. Bidang Kepemudaan
 - a. Tugas

Melaksanakan sebagian tugas dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata di bidang pengembangan organisasi kepemudaan, dan kepramukaan, pemberdayaan kepemudaan serta pembinaan pemuda pelopor, wirausahawan pemuda kader.
 - b. Fungsi
 - 1) Penyusunan kebijakan teknis di bidang.
 - 2) Penyelenggaraan program dan kegiatan bidang.
 - 3) Pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non structural dalam lingkup bidang.
 - 4) Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non structural dalam lingkup bidang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Bidang kepemudaan membawahi 3 seksi yaitu :

- a. Seksi pengembangan organisasi kepemudaan dan kepramukaan.
- b. Seksi pemberdayaan dan penyadaran kepemudaan.
- c. Seksi Pembinaan pemuda pelopor, wirausaha dan pemuda kader.

4. Bidang Olahraga

- a. Tugas

Melaksanakan sebagian dari tugas dinas kepemudaan olahraga dan pariwisata di bidang pembinaan dan pengembangan olahraga prestasi, pembinaan dan pengembangan olahraga rekreasi, tradisional dan layanan khusus serta pengembangan dan peningkatan sarana dan prasarana olahraga.

- b. Fungsi

- 1) Perumusan kebijakan teknis di bidang pengembangan keolahragaan
- 2) Penyusunan rencana program dan anggaran di bidang pengembangan keolahragaan.
- 3) Pengkoordinasian pelaksanaan tugas di bidang pengembangan keolahragaan.
- 4) Pengkoordinasian pengelolaan pengembangan bidang keolahragaan.
- 5) Pelaksanaan pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan di bidang pengembangan keolahragaan.
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya.

Bidang olahraga membawahi 3 seksi yaitu sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Seksi pembinaan dan pengembangan olahraga prestasi.
 - b. Seksi pembinaan, pengembangan olahraga rekreasi, tradisional dan layanan khusus.
 - c. Seksi pengembangan dan peningkatan sarana dan prasarana olahraga.
5. Bidang Pariwisata
- a. Tugas

Membantu kepala dinas dalam melaksanakan perumusan dan melaksanakan kebijakan teknis, pengkoordinasian, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan bidang pengembangan objek dan aktivitas wisata, promosi dan pemasaran wisata, sarana dan prasarana wisata.
 - b. Fungsi
 - 1) Merumuskan kebijakan dan standar operasional prosedur bidang.
 - 2) Melakukan pendataan/inventaris serta evaluasi pembangunan pariwisata.
 - 3) Melakukan pembinaan dan pengawasan aktifitas pariwisata daerah.
 - 4) Menyelenggarakan peningkatan kapasitas SDM pariwisata.
 - 5) Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait dalam dan pengembangan pariwisata.
 - 6) Menyelenggarakan promosi, pemasaran, dan permodalan dalam mengembangkan kemitraan pariwisata daerah.
 - 7) Melaksanakan verifikasi pelayanan perizinan usaha pariwisata.
 - 8) Mengkoordinasikan penyusunan rencana program dan kegiatan.
 - 9) Menyelenggarakan program dan kegiatan sesuai tugas pokok dan fungsinya.

- 10) Mengembangkan sarana aksesibilitas/prasarana umum/fasilitas umum pariwisata dan kawasan strategis.
- 11) Melaksanakan evaluasi dan penilaian bawahan.
- 12) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

Bidang pariwisata membawahi 3 seksi yaitu :

- a. Seksi pengembangan destinasi pariwisata
- b. Seksi pemasaran dan transportasi
- c. Seksi pengembangan sumber daya pariwisata, ekonomi kreatif dan perlindungan HAKI.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis di Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja, maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut :

1. Strategi periklanan

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan iklan sebagai salah satu strategi untuk menarik minat para pengunjung melalui media elektronik seperti radio, media cetak seperti koran serta media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan youtube. Dan media yang sangat efektif digunakan adalah media sosial.

2. Promosi Penjualan

Strategi pemasaran melalui promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu adalah dengan menyebarkan brosur serta menetapkan arif yang sama untuk para pengunjung dan tidak membedakan antara pengunjung dari dalam maupun pengunjung luar daerah. Selain itu, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu membentuk organisasi yang disebut Kodarwis (kelompok sadar wisata).

3. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Strategi yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam mengembangkan wisata danau raja adalah dengan melaksanakan even-event yang diselenggarakan di destinasi wisata danau raja. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten memiliki program yang telah berjalan sejak tahun 2017 yaitu program seni kreatif. Program seni kreatif yang menampilkan seni musik, tari, teater, akustik dan lain sebagainya yang dilaksanakan di objek wisata danau raja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Penjualan Personal

Strategi yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu adalah melalui mulut ke mulut serta mengikuti setiap rapat yang dilakukan oleh dinas pariwisata seprovinsi Riau. Dalam setiap pertemuan dengan instansi lain Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu selalu melakukan promosi wisata danau raja agar dikenal oleh khalayak ramai

5. Pemasaran Langsung

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu melakukan pemasaran langsung terjun kelapangan ataupun melalui media online agar mendapat tanggapan langsung dari para pengunjung secara jelas. Dengan pemasaran langsung ini piask dinas akan mendapatkan banyak respon tentang keadaan atau fasilitas yang ada di Danau Raja.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan saran sebagai berikut:

1. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu harus lebih aktif untuk meningkatkan promosi semua objek wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu terutama wisata danau raja karna danau raja merupakan wisata bersejarah.
2. Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata harus tetap bekerja sama dalam mengembangkan wisata danau raja agar proses pemasaran berjalan dengan baik dan segera melengkapi serta mebenahi fasilitas yang ada di danau raja.
3. Dengan kemajauan teknologi, pihak Dinas harus lebih meningkatkan kerjasama dengan media agar proses pemasaran berjalan dengan mudah.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996)
- Anang Firmansyah, S.E.,M.M, “Komunikasi Pemasaran”. (Pasuruan, Jawa Timur: CV.Penerbit Qiara Media, 2020)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997)
- Fill C. 2006. *Marketing Communication: Contexts, Contents, and Strategises*. Herthfordshire:Prentice Hall.
- Jalaludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005)
- Lexy J. Maleong, “*Penelitian Kualitatif*” (Jakarta:Rineka cipta, 2000)
- Luqman Yumna Fauzi, “Analisis Pengaruh Pariwisata Terhadap Pendapatan asli daerah Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Tengah”. Skripsi (Yogyakarta:Fak.Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta)
- M. Mursyid, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014)
- Muhammad Ismail, *Menggagas bisnis islam*, Jakarta:Genna Insani Press, 2002)
- Rachmat Kriyanto, Ph. D “*Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*” (Jakarta: Prenada Media Group, 2006 edisi pertama)
- Rachmat Kriyanto, Ph.d “*Teknik Praktis Riset Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif*” (Jakarta:Prenadamedia Group,2006)291-292
- Setiawan, *Metodologi Kualitatif*.
- Steven Pike, *Intregeted marketing communication* penterjemah Uyung Sulaksana, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2003)
- Swasta Basu dan Irawan , 1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Swasta Basu DH, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001)
- Tjiptono, Fandy, dkk, 2007, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Widjaja, H.A.W. 2000, *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*, Jakarta:Rineka Cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Sumber Jurnal :

- Nur Asarani; “Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Indragiri Hulu Dalam Menarik Kunjungan Wisata Danau Raja Rengat”, Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, vol. 6: Edisi Juli-Desember 2019
- Pras Tiono; “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir”, Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, vol 2, No. 2 Oktober 2015
- Ramadan, La Harudin; “Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Ketambe di Desa Madongka Kecamatan Lakudo Kabupaten Buton Tengah”, Pendidikan Geografi, Universitas Halu Oleo, vol 4 No. 4 Oktober 2019

Sumber Lain :

- <https://accurate.id/markrting-manajemen/strategi-pemasaran-4p> diakses pada tanggal 16 Februari 2022
- <https://disporapar.inhukab.go.id/content/danau-raja> diakses pada tanggal 10 Februari 2022
- <https://m.liputanoke.com/read-32062-2019-12-16-trik-bupati-inhu-kenalkan-daerah-melalui-objek-wisata-salah-satunya-melalui-wisata-danau-raja.html> diakses pada tanggal 9 Januari 2022
- <https://m.suaraaktual.co/read-7645-2020-02-06-danau-raja-rengat-tak-banjir-saat-hujan-lebat-tak-kering-saat-kemarau-html> diakses pada tanggal 10 Februari 2022
- <https://riaugreen.com/view/inhu/38252/Event-Wisata-Danau-Meduyan-Danau-Raja-Sukses-Digelar.html#.YgyFGRYj-Ec> diakses pada 16 Februari 2022
- <https://www.google.co.id/amp/s/sports.sindonews.com/beritaamp/1450509/51/lewat-gowes-nusantara-2019-indragiri-hulu-ingin-memperkenalkan-pariwisata> diakses pada tanggal 16 Februari 2022
- <https://www.riauone.com/riau/MTQ-ke-49-Kabupaten-Inhu-Paling-Sukses-dan-Meriah> diakses pada tanggal 16 Februari 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

LAMPIRAN I

Draft Wawancara Informan

Penelitian : “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja”

Informan Penelitian :

1. Atan S.P (Kepala Dinas)
2. Nurizal Murza Indra, S.Sos,M.Si (Kepala Bidang Pariwisata)
3. Godam Tintin, S.Sos (Adytama Kepariwisataaan dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda)
4. Dra. Ellyanora (Adytama Kepariwisataaan dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda)

A. Periklanan

1. Bagaimana strategi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam mengembangkan serta mengiklankan wisata danau raja?
2. Apakah Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata mengiklankan wisata danau raja kepada masyarakat? Dan melalui apa?
3. Iklan seperti apa yang digunakan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata untuk memperkenalkan dan mengembangkan wisata danau raja?
4. Di mana iklan tersebut dipasang? (Media cetak, media elektronik, media sosial)
5. Apakah iklan tersebut efektif?

B. Promosi Penjualan

1. Bagaimana strategi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam menyebarluaskan wisata danau raja kepada khlayak?
2. Apakah Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata melakukan kerja sama dengan lembaga lain untuk mengembangkan wisata danau raja?
3. Dengan lembaga apa dispora bekerja sama untuk mengembangkan wisata danau raja?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

C. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

1. Strategi apa yang dilakukan oleh humas Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata untuk memasarkan potensi wisata danau raja?
2. Jika melalui event untuk memperkenalkannya, apa saja event yang diselenggarakan?
3. Adakah event yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat?

D. Penjualan Personal

1. Dalam mengembangkan wisata danau raja , siapa yang berhubungan langsung dengan masyarakat?
2. Agar wisata danau raja terus berkembang, strategi apa yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu?

E. Pemasaran Langsung

1. Apakah Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu melakukan pemasaran langsung kepada masyarakat untuk mengembangkan serta memperkenalkan wisata danau raja?
2. Jika iya, strategi apa yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata untuk menyampaikan pemasaran langsung kepada masyarakat? Apakah melalui sms, wa, email atau instagram?

LAMPIRAN II

Judul Penelitian : “Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Mengembangkan Wisata Danau Raja”

Gambar 1

Foto wawancara dengan Bapak Atan, S.P selaku Kepala Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu



Sumber : Dokumentasi Pribadi tanggal 17 Oktober 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 2

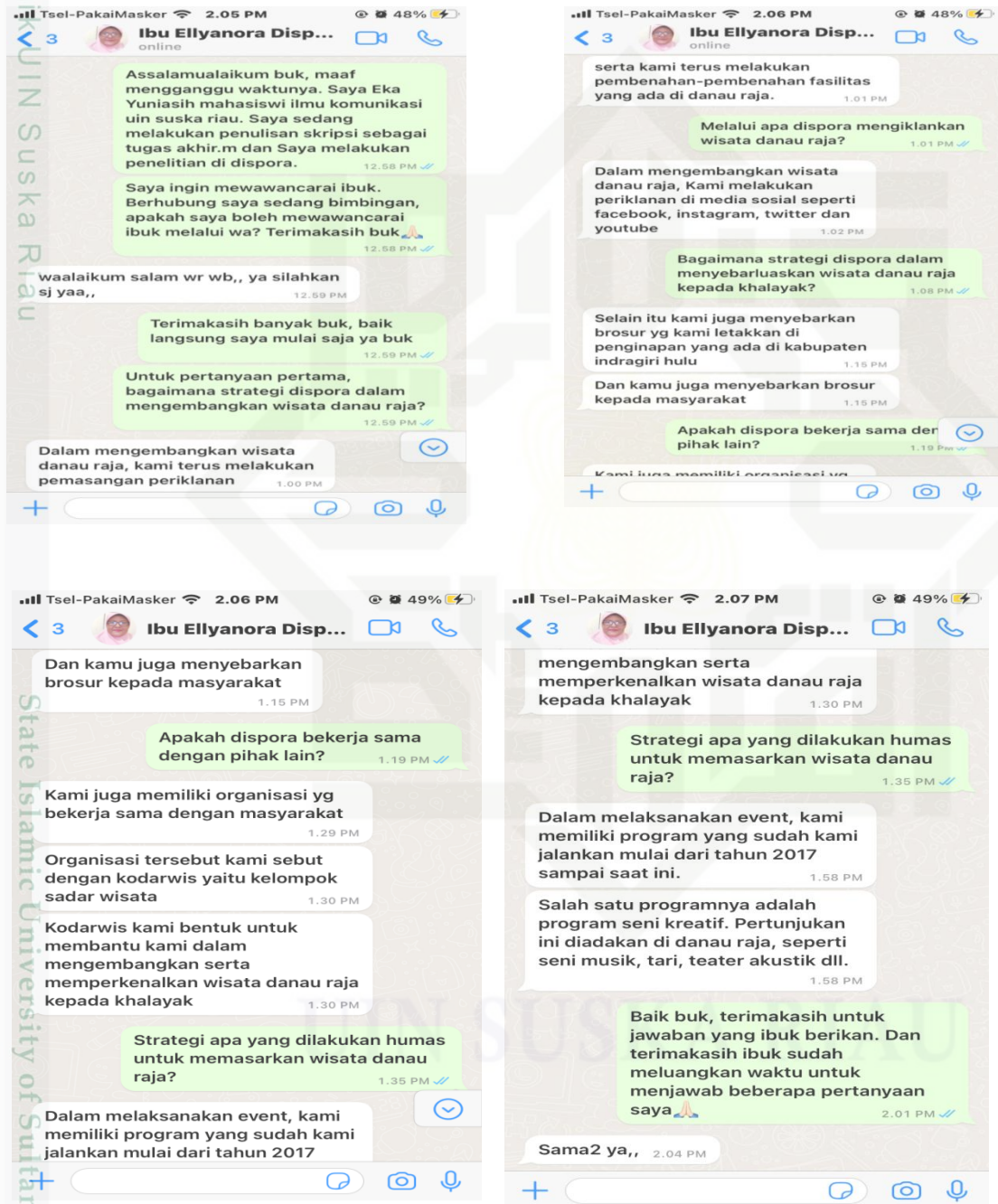
Foto Wawancara dengan Bapak Nurizal Murza Indra, S.Sos., M.Si selaku Kepala Bidang Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu



Sumber : Dokumentasi Pribadi tanggal 17 Oktober 2022

Gambar 3

Hasil wawancara dengan Ibu Dra.Ellyanora selaku Adytama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu



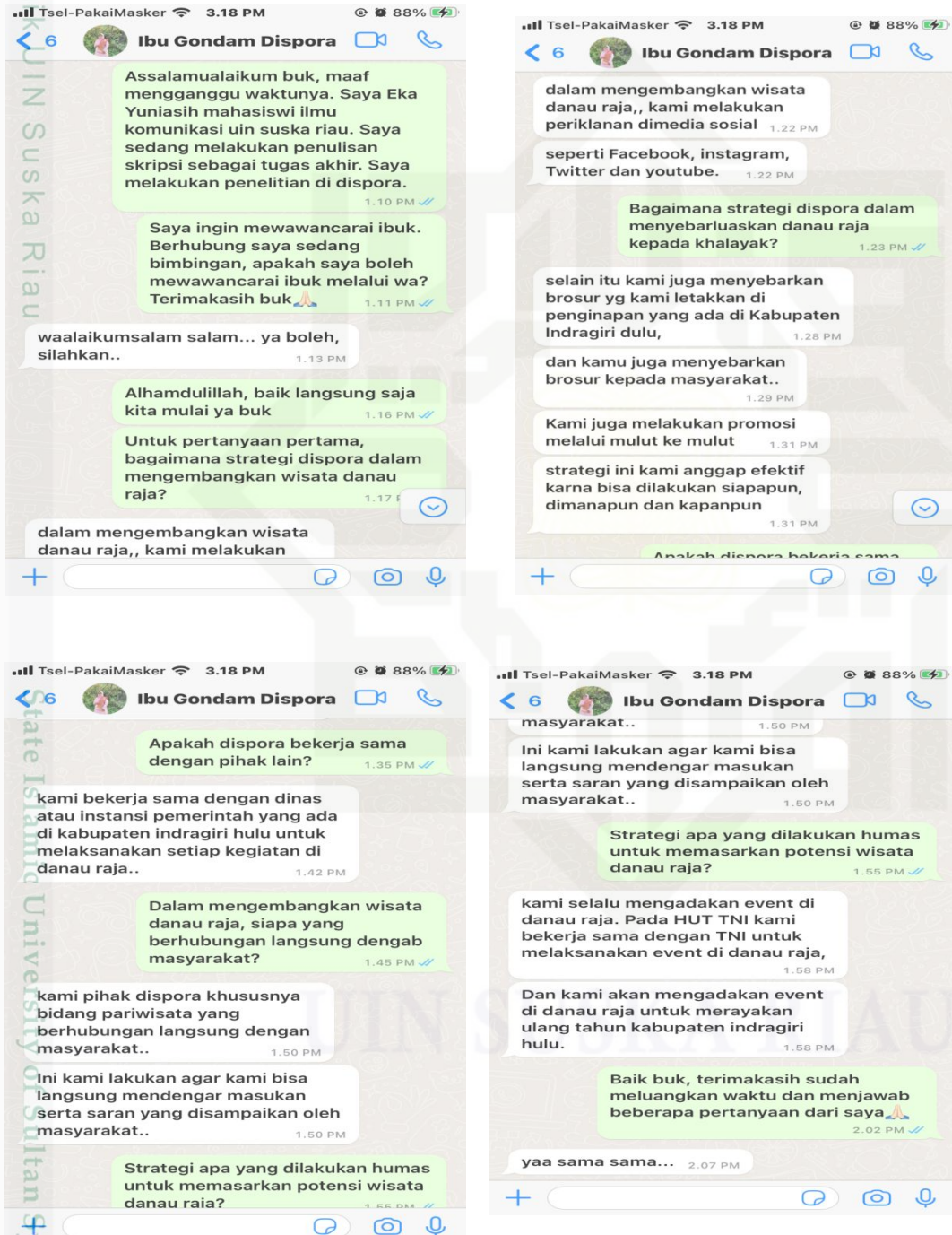
Sumber: Dokumentasi Pribadi tanggal 21 November 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Hasil Wawancara dengan Ibu Godam Tintin, S.Sos selaku Adytama
Kepariwisata dan Ekonomi Ahli Muda Dinas Kepemudaan Olahraga dan
Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu



Sumber: Dokumentasi Pribadi tanggal 21 November 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 5
Tampilan Wisata Danau Raja dari depan



Gambar 6
Tampilan Danau Raja dari samping



Sumber: Dokumentasi pribadi tanggal 17 Oktober 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 8
Replikas Istana Kerajaan Indragiri



Sumber : Dokumentasi Pribadi tanggal 17 Oktober 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 9

Sosialisasi Edukasi Kegiatan Inhu Creative Expo 2020



Sumber : Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (@disporapar_kab.inhu) tanggal 29 Januari 2020

Gambar 10
Pengunjung Wisata Danau Raja



Sumber: Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (@disporapar_kab.inhu) tanggal 31 Desember 2021



Sumber: Dokumentasi Pribadi tanggal 18 Oktober 20

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Gambar 11

Pembukaan MTQ tahun 2019 di Objek Wisata Danau Raja



Sumber: Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu (@disporapar_kab.inhu) tanggal 26 September 2019