

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 5587/KOM-D/SD-S1/2023
--

**AKTIVITAS KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN KAMPAR DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK
WISATA DERMAGA TEPIAN MAHLIGAI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH :

NURUL SULASTRI
NIM. 11543204162

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN KAMPAR TERHADAP OBJEK WISATA
DERMAGA TEPIAN MAHLIGAI

Disusun Oleh,

NURUL SULASTRI
NIM. 11543204162

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : 03 Agustus 2020

Pembimbing

Rafdeadi, S.Sos.I, MA
NIP. 19821225 201101 1 011

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196311181996032001



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

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

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004
Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052
Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai”** yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Sulastri

Nim : 11543204162

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Agustus 2020

Dan disetujui sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Januari 2023

Dekan



Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 1981118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

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

Sekretaris/ Penguji II

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

Penguji III

Dr. Elfiandri, M. Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Penguji IV

Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si
NIP. 19700301 199903 2 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 165 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

SURAT PENGESAHAN

Proposal dengan judul "Aktivitas Komunikasi Promosi Pada Destinasi Wisata Dermaga Tepian Mahligai Di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar" yang diajukan oleh saudara :

Nama : Nurul Sulastri

Nim : 11543204162

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Yang telah diseminarkan pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 26 April 2019

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

Pekanbaru, 14 Agustus 2019

Penguji

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP : 197806052007011024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurul Sulastri
 NIM : 11543204162
 Tempat/ Tgl. Lahir : Tanjung, 01Februari 1995
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi/S1
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

**AKTIVITAS KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN
 KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM
 MEMEPROMOSIKAN OBJEK WISATA DERMAGA TEPIAN
 MAHLIGAI**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.



Pekanbaru, 25 Januari 2023
 Yang membuat pernyataan

NURUL SULASTRI
 NIM. 11543204162

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

Rafdeadi, S.Sos.I.,MA

Pekanbaru, 22 Januari 2020

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (Eksempler) Skripsi
Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Nurul Sulastri

Nim : 11543204162

Judul : **Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Terhadap Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai**

Telah dapat di ajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat di panggil untuk di uji dalam sidang Ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing

Rafdeadi, S.Sos.I.,MA
NIP. 19821225 201101 1 011



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Nama : Nurul Sulastri
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai

Penelitian ini di latarbelakangi banyaknya wisata yang ada di Kabupaten Kampar. Salah satunya adalah Wisata Dermaga Tepian Mahligai. Untuk menjadikan wisata ini sebagai wisata yang banyak di kunjungi masyarakat, maka diperlukan peran Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kegiatan promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Maahligai. Penelitian ini menggunakan teori *Promotion Mix*, yaitu : Iklan, Direct Marketing, Internet Marketing, Promosi Penjualan, Publikasi dan *Personal Selling*. Adapun informan penelitian berjumlah 3 (Tiga) orang. Teknik pengumpulan data dapat dari Obserpasi, Wawancara dan Dokumnetasi. Adapun hasil penelitian ini yaitu : dalam mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar menggunakan Iklan, Seperti media cetak dan media sosial selain itu Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengikuti event-event dan melakukan publikasi dengan cara membuat kalender pariwisata.

Kata Kunci : Promosi, Pariwisata, Dermaga Tepian Mahligai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRACT

Name : Nurul Sulastri

Department : Communication

Title : *The Communication Activities Of the Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan (Cultural And Tourism Agency) Of Kabupaten Kampar In Promoting the Tourist Attraction of the Edge of Mahligai*

This research is motivated by the large number of tours in Kampar Regency. One of them is the Pier Mahligai Pier Tour. To make this tour a tour that many people visit, the role of Tourism and Culture in Kampar Regency is needed in promoting it. The purpose of this study was to find out the promotional activities of the Tourism and Culture Office of Kampar Regency in Promoting the Tourism Object of the Tepian Mahligai Pier. This study uses the Promotion Mix theory, namely: Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing, Sales Promotion, Publication and Personal Selling. The research informants amounted to 3 (three) people. Data collection techniques can be obtained from observations, interviews and documentation. The results of this study are: in promoting the Tourism Object of the Tepian Mahligai Pier the Tourism and Culture Office of Kampar Regency uses advertisements, such as print media and social media besides that the Tourism and Culture Office of Kampar Regency participates in events and publishes by making a tourism calendar.

Keywords: *Promotion, Tourism, Mahligai Edge Pier*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammua'laikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt, karena atas berkat dan Rahmat dan Hidayah-Nyalah, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa penulis kirimkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wasallam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **“Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Terhadap Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai”** ini di ajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau guna untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar sarjana strata satu (S.I.Kom).

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama proses penyusunan proposal, penelitian dan penyusunan skripsi ini. Dengan hormat dan rasa cinta, penulis menuliskan penghargaan setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta dan teristimewa yakni Ayahanda Kamarlis dan Ibunda Yusmanidar yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih sayang kepada penulis agar menjadi anak yang berguna bagi sesama dan menjadi kebanggaan keluarga. Hanya terimakasih yang bisa penulis ucapkan, karena apapun tidak mampu membalasnya. Semua ini penulis persembahkan hanya untuk ayah dan ibu. Seterusnya penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Imron Rosidi., S.Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I, MA selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk membimbing demi menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Yefni, S.Ag, M.Si selaku pembimbing Akademik (PA) yang selalu menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi.

6. Kepada seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi terimakasih atas ilmunya dan seluruh staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

7. Bapak dan Ibu dosen serta pegawai selingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Teristimewa untuk adek-adekku tersayang Nelly Ulfa Nisa dan M. Hariri yang selalu mendukung penulis dan menjadi penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Teman-teman seperjuangan Public Relations C dan temanteman yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Terimakasih telah mendukung dan membuat saya termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliahan di fakultas dakwah dan komunikasi Universitas islam negeri sultan syarif kasim riau. Penulis juga mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis lakukan selama perkuliahan berlangsung, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

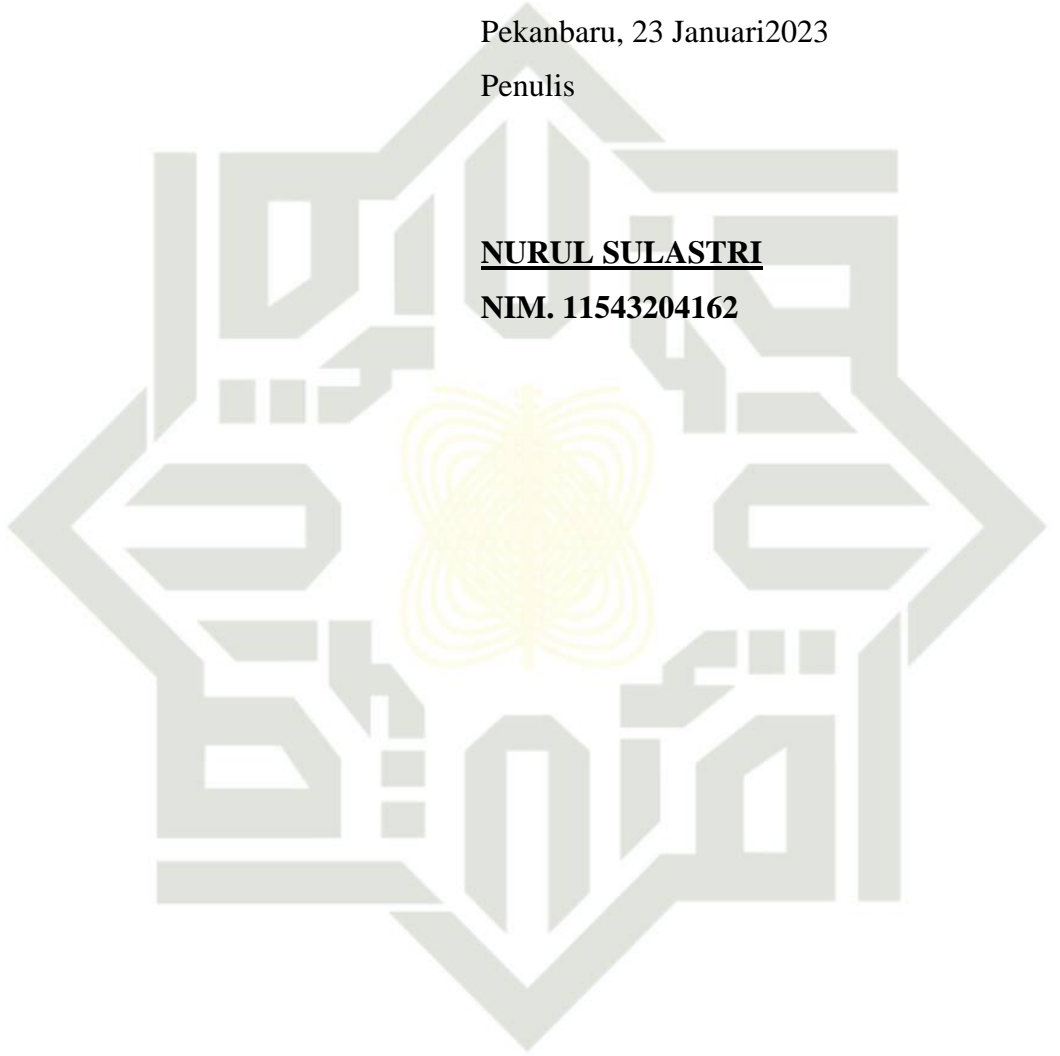
Wassalammua'laikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Pekanbaru, 23 Januari2023

Penulis

NURUL SULASTRI

NIM. 11543204162



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	3
C. Rumusan masalah	4
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Teori	7
B. Kajian terdahulu	29
C. Kerangka Pikir	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	33
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	33
C. Jenis data	33
D. Informan penelitian	34
E. Teknik pengumpulan data	34
F. Validitas data	35
G. Teknik Dan Analisis Data	35
BAB IV GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan kabupaten Kampar Riau	37
B. Visi Dan Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar	38



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Kedudukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar	39
D. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Kampar.....	40
E. Tugas Dan Fungsi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar	41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	55
B. Pembahasan	68

BAB VI PENUTUP

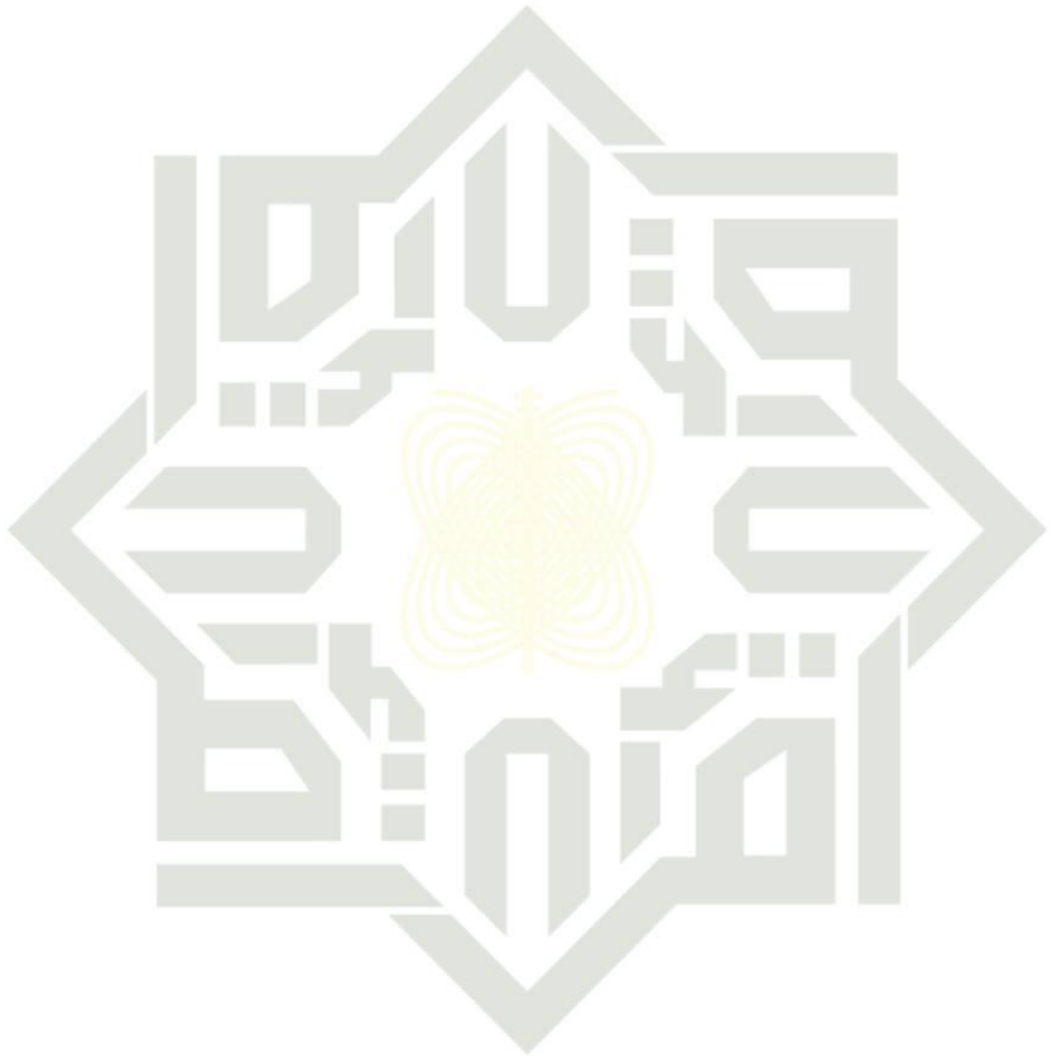
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Unsur Komunikasi	8
Gambar 2.2 : Kerangka Pikir	32



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang didalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata.¹ Menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 pasal 1 menjelaskan arti kepariwisataan adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Untuk mendukung agar pariwisata dapat berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan maka diperlukan semua fasilitas sarana dan prasarana kepariwisataan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam. Salah satu keberhasilan pariwisata diperlukan promosi bagian terpenting dari suatu perusahaan, organisasi bahkan industri pemerintah, baik yang bersifat komersial maupun non komersial dalam mempromosikan suatu aset yang dimiliki dilihat dari aktivitas promosi. Banyak promosi yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

Pada hakikatnya promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran.² komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran sektor pariwisata suatu daerah. Menurut soemanagara pentingnya pemahaman tentang komunikasi ini ditujukan agar informasi yang disampaikan dapat memberikan dampak yang diinginkan dan mencapai sebuah kesamaan kehendak. Aplikasi komunikasi dalam pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen,

¹ Helln Angga Devy Dan R.B.Soemanto, 2017, *Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyer*, *Jurnal Sosiologi*, Vol 5 (1). hal 34

² Nisa Amalina Setiawan Dan Farid Hamid U, 2014, *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong*, *Jurnal Trikonomika*, Vol 13 (2). hal 5

antara lain perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku.

Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan pembeli dan penjual dan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Komunikasi pemasaran adalah sebagai aktivitas keseluruhan pemasaran. Dalam pemasaran ini dikenal dengan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *product* (produk), *people* (manusia), *process* (pemrosesan), *physical evidence* (bukti fisik).³

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang di akui sebagai pemberi sumbangan pendapatan terbesar bagi penyerapan tenaga kerja. Sehingga pariwisata menjadi sektor andalan bagi setiap daerah untuk memajukan pembangunan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. berkaitan dengan hal tersebut negara Indonesia sedang melakukan pengembangan pesat terhadap sektor pariwisata dengan memunculkan slogan Wonderful Indonesia⁴ Pariwisata juga telah sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya kebelahan atau kawasan-kawasan dunia lainnya.

Kabupaten kampar merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi pariwisata yang besar. Banyaknya aset-aset wisata kabupaten kampar yang menarik untuk di kunjungi dan cukup potensial. Salah satunya adalah objek wisata Dermaga Tepian Mahligai yang terletak di kecamatan XIII koto kampar tepatnya di desa pulau gadang.

Dermaga tepian mahligai merupakan sebuah danau yang terbentuk dari bendungan PLTA koto panjang, dan juga menjadi wisata alam yang banyak di kunjungi oleh wisatawan dalam bahkan luar daerah. Karena dengan pemandangan yang asri dan alami banyak pepohonan dan pemandangan

³ Khalis Binsar, Afder Darius, Mirza Adrius, *Budaya Melayu Riau* (Pekanbaru: Pt Inti Prima Aksara , 2011) hal 30

⁴ www.kemenpar.go.id Diakses pada Tgl 24 Juli 2019 Pkl 10:55

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

menghadap kedanau membuat banyak pengunjung merasa nyaman untuk mengabdikan waktu liburan dengan ber rekreasi serta berpiknik di tempat wisata tersebut. Asal mula nama dermaga tepian mahligai adalah dermaga berarti “pelabuhan tempat nelayan” sedangkan tepian mahligai berarti “ anak sungai atau tempat mandi”.

Selain tempat wisata, danau ini merupakan salah satu tempat penggantungan hidup masyarakat setempat. Karena memiliki potensi ikan yang banyak bagi para nelayan.

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab Kampar dalam mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai ini juga sangat dituntut agar objek wisata yang berada di desa-desa selingkungan kabupaten Kampar dapat terpayungi dan difasilitasi dalam hal progres pengembangannya. Dalam mengembangkan pariwisata perlu adanya dukungan supaya dapat hidup berkembang, dimana kedepannya dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik pada wisatawan. Diperlukan adanya sarana dan prasarana yang memadai serta tersedianya fasilitas yang layak dimanfaatkan oleh wisatawan. Selain itu, wisatawan yang berkunjung juga harus diperhatikan tingkat kenyamanan selama berada di objek wisata tersebut. Sehingga objek wisata tersebut semakin dikenal dan memiliki citra yang baik bagi para pengunjung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul “ **Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai**”

Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini untuk mempermudah dalam pelaksanaan penulisan skripsi yang berjudul Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai ini maka penulis perlu menegaskan istilah-istilah yang terdapat pada bagian judul 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berusaha menarik perhatian konsumen melalui informasi yang diberikan kepada konsumen untuk memberitahukan adanya produk baru perusahaan.⁵

2. Objek Wisata

Perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk di kunjungi.⁶

3. Dermaga Tepian Mahligai

Dermaga tepian mahligai merupakan wisata alam yang terletak di Desa Pulau Gadang Kec.XIII Koto Kampar Kab.Kampar. Asal mula nama dermaga tepian mahligai ini adalah dermaga berarti “pelabuhan tempat nelayan” sedangkan tepian mahligai berarti “ anak sungai atau tempat mandi”.

4. Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

Dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kampar adalah unsur pelaksanaan pemerintah daerah yang dipimpin oleh seorang kepala dinas yang mempunyai tugas memimpin, mengawasi, mengendalikan, mengkoordinasikan, dan bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas pokok dan fungsi dinas kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.⁷

Rumusan masalah

Dari permasalahan diatas maka peneliti akan merumuskan dan memfokuskan penelitian ini tentang “Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai”?

⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication*,(Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2009). hal 51

⁶ Peraturan Pemerintah No.24/1979

⁷ Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

- 1) Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan khususnya mengenai Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai.
- 2) Sebagai bahan rujukan tugas akhir untuk melihat bagaimana Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai..

b. Kegunaan Praktis

- 1) Sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan program strata satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dapat di jadikan sebagai referensi bagi khalayak yang ingin mendalami bidang konsentrasi *Public Relations*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Sistematika Penulisan

Agar mempermudah pembaca dalam memahami secara jelas keseluruhan dari penelitian ini, maka peneliti membuat susunan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan kajian Teoritis, Kajian Terdahulu dan Kerangka Berpikir.

BAB III : METODEDEOLOGI PENELITIAN

Berisikan Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik pengumpulan Data, Validitas Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARA UMUM

Merupakan gambaran umum mengenai subyek penelitian yaitu berisikan tentang Sejarah, Visi dan Misi, dan Struktur Organisasi.

BAB V : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Berisikan Kesimpulan Dan Saran-Saran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Kajian Teori

Pada bab ini, disajikan kerangka teoritis yang nantinya akan menjadi tolak ukur dalam penelitian. Kerangka teoritis memuat teori-teori dengan tujuan memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan kerangka teori inilah konsep operasional di rumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian.

1. Komunikasi

a. Defenisi komunikasi

Komunikasi (*communication*) adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka.⁸ Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama tersebut adalah sama makna. Menurut Lasswel komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

b. Unsur-Unsur Komunikasi

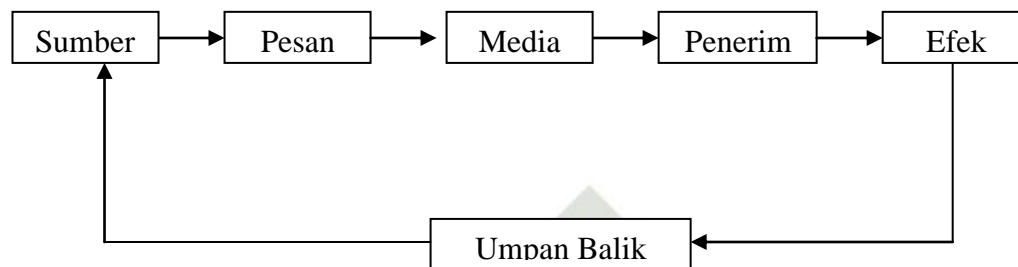
Dari defenisi komunikasi, kita menemukan adanya sejumlah unsur yang mendukungnya. Komunikasi hanya bisa disebut sebagai komunikasi jika memiliki unsur-unsur pendukung yang membangunnya sebagai *body of knowledge*, yakni: sumber, pesan, media, penerima, pengaruh, umpan balik, dan lingkungan. Unsur-unsur ini sering juga disebut komponen atau elemen.⁹

⁸ Richad West, *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi* (Jakarta :Salemba Hamka, 2008), Hal 5

⁹Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hal 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar 2.1 Unsur Komunikasi

1) Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

2) Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

3) Media

Yang dimaksud dengan media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam komunikasi terdapat beberapa macam bentuknya yaitu dalam komunikasi antar pribadi pancaindra dianggap sebagai komunikasi. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, alat, arena, sarana atau dalam bahasa Inggris disebut *channel* atau *medium*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih bisa dalam bentuk organisasi, instansi, departemen, partai atau negara. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi.

5) Efek

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, rasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh atau efek ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu pengaruh atau efek bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan. Pengaruh bisa juga disebut dampak, akibat, atau *effect* dalam bahasa Inggris.

6) Umpan balik

Umpan balik adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima. Tetapi karena pengaruh tidak selamanya berbalik kepada penerima, maka umpan balik dapat dibedakan dengan pengaruh. Umpan balik sangat penting karena boleh dikatakan semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan umpan balik. Umpan balik juga bisa dikenal dengan sebutan reaksi atau dalam bahasa Inggris disebut *feedback* atau *response*.

7) Lingkungan

Lingkungan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya,

lingkungan psikologi, dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya kendala alam, atau ketidaktersediaan sarana komunikasi seperti telepon, kantor pos, atau jalanraya. Lingkungan sosial budaya menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. lingkungan psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya, menghindari kritik yang dapat menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan khalayak. Lingkungan dalam bentuk waktu atau kondisi menunjukkan situasi yang tepat melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi yang tertunda karena pertimbangan waktu. Misalnya, musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

c. Fungsi komunikasi

Menurut Harold D. Lasswel mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain:

- 1) Manusia dapat mengontrol lingkungannya
- 2) Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada, serta
- 3) Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikutnya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*customers*), dan juga memelihara hubungan baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi.

Fungsi komunikasi dibagi atas empat macam tipe, yakni:

- 1) Komunikasi dengan diri sendiri (*interpersonal communication*)

Berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, serta meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. Mengembangkan kreativitas imajinasi berarti menciptakan sesuatu lewat daya nalar melalui komunikasi dengan diri sendiri.

2) Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*)

Komunikasi antarpribadi ialah berusaha meningkatkan hubungan insani (*human relations*), menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidak pastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi antar pribadi dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.

3) Komunikasi publik (*public communication*)

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (*solidaritas*), memengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur. Bagi orang yang terlibat dalam proses komunikasi publik, dengan mudah ia menggolongkan dirinya dengan kelompok orang banyak.

4) Komunikasi massa (*mass communication*)

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikais yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandmag dengar (*audiovisual*), menyebabkan fungsi media massa telah (*audiovisual*), menyebabkan fungsi media massa telah mengalami banyak perubahan.¹⁰

2. Promosi

a. Defenisi promosi

Promosi adalah kegiatan untuk menyampaikan informasi, berkomunikasi dan meyakinkan masyarakat terhadap sesuatu.

¹⁰ Ibid. hal. 67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran, yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhannya. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.¹¹

Pengertian promosi menurut para ahli sebagai berikut:¹²

- 1) Menurut Kotler (1992), promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk.
- 2) Menurut Stanton (1993), promosi adalah sinonim dalam penjualan, maksudnya adalah memberikan informasi kepada konsumen, menghimbau dan mempengaruhi khalayak ramai.
- 3) Menurut Saladin (2003), promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk tentang perusahaan.

Promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan komunikasi yang dilakukan penyelenggara pariwisata yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisata.

¹¹ Rahmawati. 2014. *Aktivitas Promosi Dalam Menarik Wisatawan Ke Taman Budaya Mandawar Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Kutai Barat*, Vol 2 (4). hal. 131

¹² Kustadi Suhendang, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: Yayasan Nuansa Endeikia, 2004). hal 136

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tahapan promosi pariwisata biasanya diawali dengan melakukan analisis pasar yang kegiatannya meliputi paling tidak tahapan-tahapan sebagai berikut:

- 1) Menetapkan tujuan promosi kepariwisataan.
- 2) Menerapkan beberapa statemen alternatif berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi kepariwisataan yang memungkinkan untuk mencapai tujuan.
- 3) Tahapan tadi harus dipertimbangkan beberapa hal, diantaranya: menganalisis seluruh kemungkinan yang tersedia, biaya yang tersedia, posisi kompetitif destinasi dan produk wisata sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan terhadap produk wisata yang akan di jual, serta asumsi mengenai promosi apa yang paling efektif.
- 4) Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi pariwisata yang terukur dengan memperhitungkan target audiens atau pasar yang spesifik, hal pokok yang akan di komunikasikan, tugas dan tanggung jawab, dan periode waktu yang di pergunakan untuk promosi.
- 5) Penilaian dari rencana promosi pariwisata agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, sumber daya manusia yang ada, dan waktu yang diperlukan.
- 6) Jika perlu, tujuan promosi wisata dan alternatif pencapai nya bisa ditinjau kembali.¹³

b. Tujuan Promosi

Agar promosi perusahaan menjadi efektif maka setiap promosi harus mempunyai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, tujuan ini mengarahkan kerja promosi untuk mencapai cita-cita perusahaan.¹⁴

¹³ Freddy Rangkui. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2009) hal. 49

¹⁴ Liliweri Alo, *op.cit*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Semua kegiatan promosi bertujuan agar para calon pelanggan dapat mengetahui karakteristik suatu produk, sehingga mereka akan membeli produk tersebut. Pada umumnya perusahaan yang baru saja memproduksi suatu produk tampaknya tidak perlu melakukan hal-hal lain kecuali menginformasikan konsumen tentang produk tersebut.

2) Persuading (Membujuk)

Tujuan promosi berikutnya adalah mempersuasi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Ketika pesaing menawarkan produk yang serupa maka produsen tidak boleh tinggal diam, segera memberitahukan konsumen bahwa produk kami masih tersedia, dan dia akan membujuk konsumen untuk membelinya.

3) Reminding (Meningkatkan)

Jika target audiensi adalah konsumen telah memiliki sikap positif tentang produk maka pihak produsen tetap “mengingat” para pelanggan tentang kelebihan produk yang ditawarkan, pelanggan diharapkan tetap membeli dan memakai produk ini dan menghindari produk sejenis lainnya.

c. Elemen-Elemen Promosi

Secara tradisional, promosi mencakup empat elemen, yaitu: iklan (*Advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publikasi/humas, dan *personl selling*. Namun George dan Michael Belch menambahkan dua elemen dalam *promotions mix*, yaitu *direct marketing* dan *interactive media*. Dua elemen yang terakhir ini telah digunakan secara luas oleh pengelola pemasaran untuk berkomunikasi dengan khalayak sasarnya sebagaimana empat elemen sebelumnya.

Masing-masing elemen dari *promotion mix* tersebut dipandang sebagai suatu instrumen komunikasi pemasaran terpadu yang memainkan peran penting dalam program IMC. Masing-masing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

elemen dapat menggunakan berbagai macam bentuk dan masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangannya.¹⁵

1) Iklan

Iklan atau *advertisng* dapat didefinisikan sebagai “*any paid from of nonpersonal communicattion about an organization, product, service, or idea by an indentified sponsor*”(setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang di ketahui).

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak di bahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauan nya yang luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas. Sifat dan tujuan iklan berbeda antara satu perusahaan lainnya, antara satu jenis industri dengan industri lainnya, dan antara satu situasi dengan situasi lainnya.

Suatu perusahaan beriklan dengan tujuan untuk mendapatkan respons atau aksi segera melalui iklan media massa. Perusahaan lain mungkin bertujuan untuk lebih mengembangkan kesadaran atau ingin membentuk suatu citra positif dalam jangka panjang bagi barang atau jasa yang dihasilkannya.

Periklanan dapat di sajikan dalam berbagai bentuk dan media sebagai berikut:¹⁶

a. Media cetak

1) Surat kabar

Surat kabar merupakan media periklanan yang paling efektif. Dengan demikian, periklanan dalam media ini harus diusahakan mendapatkan kesan yang positif dimata

¹⁵ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010). hal 17

¹⁶ Freddy Rangkui. *Startegi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009) hal. 23

masyarakat karena media ini lebih banyak dibaca oleh masyarakat luas. Meskipun demikian media ini mempunyai kelemahan karena pada umumnya surat kabar hanya dibaca sekali kemudian dibuang sehingga kurang mendapat perhatian dari pembaca.

2) Majalah

Media ini hampir sama dengan surat kabar, tetapi media ini hanya diterbitkan untuk orang-orang yang khusus nya mempunyai rasa dan perhatian yang sama pada segmen tertentu saja.

3) Brosur dan *leaflet*

Brosur merupakan selebaran yang dikirim atau diberikan keberbagai perusahaan maupun perorangan yang dianggap sebagai pembeli potensial, sedangkan *leaflet* berisi informasi mengenai produk dan harga.

4) *Direct mail*

Direct mail adalah surat penawaran yang dikirimkan kepada pembeli potensial dengan mencantumkan fasilitas yang tersedia dengan penawaran dan harga khusus.

b. Media elektronik

Media elektronik adalah media yang paling efektif dan banyak digunakan oleh perusahaan karena media ini dapat dijangkau semua lapisan masyarakat. Media elektronik terdiri atas media *audio* dan *audio visual*.¹⁷

1) Media audio

Media audio merupakan media yang hanya dapat didengar, dalam hal ini adalah radio dan telepon. Media audio yang lebih banyak digunakan adalah radio karena pengiklanan pada media ini biayanya relatif murah. Disamping it, karena sifatnya audio maka tidak diperlukan

¹⁷ Ibid. hal. 24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

ketrampilan khusus untuk menyampaikan pesan yang disampaikan seperti halnya yang disampaikan dalam medis cetak yang memerlukan kecakapan untuk memahami pesan yang disampaikan.

2) Media audio visual

Media audio visual merupakan media yang dapat dilihat didengar. Dalam hal ini yang termasuk dalam media audio visual adalah televisi, internet, dan bioskop. Media ini harganya relatif mahal sehingga benar-benar diperlukan ketrampilan khusus dan kecakapan dalam proses penyampaiannya. Media ini cukup efektif karena dapat menimbulkan imajinasi tentang produk pada konsumen dan juga tidak harus memiliki ketrampilan khusus dalam memahami pesan yang disampaikan.¹⁸

c. Media outdoor (luar ruangan)

1) *Billboard*

Billboard merupakan iklan yang dipasang pada papan-papan besar bergambar yang dianggap strategis, mudah dilihat di jalan raya yang ramai dilalui oleh kendaraan, media ini hanya bersifat mengingatkan sehingga pesan yang jelas, singkat, mudah dipahami, dan gambar yang menarik.

2) *Signboard*

Media ini berupa papan-papan kecil dapat menggambar petunjuk arah suatu lokasi tertentu. Media ini ditempatkan pada jalan yang menuju lokasi tersebut.

3) *Umbul-umbul*

Media ini menampilkan gambar dengan warna yang mencolok sehingga memberikan suasana yang meriah.

¹⁸ Ibid. hal. 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.

4) *Sticker*

Sticker merupakan iklan iklan yang dipasang pada kendaraan-kendaraan umum seperti bus kota dan taksi. Umumnya pemasangan iklan menggunakan sticker dipilih untuk kendaraan umum yang melalui jalur padat.¹⁹

2) *Direc marketing*

Direc marketing / pemasaran langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan atau transaksi penjualan secara tradisional, pemasaran langsung belum dianggap sebagai salah satu elemen dari bauran promosi atau *promotion mix*. Namun karena pemasaran langsung telah menjadi bagian internal dari program IMC yang telah di laksanakan banyak perusahaan yang sering kali melibatkan strategi, anggaran serta tujuan yang terpisah, maka perlu lah kiranya memasukkan pemasaran langsung sebagai salah satu komponen bauran promosi.²⁰

Salah satu instrumen penting dalam pemasaran langsung adalah iklan tanggapan langsung atau *direc response advertising* yaitu iklan dimana suatu produk yang di promosikan melalui media massa meminta atau mendorong konsumen untuk membeli produk bersangkutan langsung kepada pembuatnya. Secara tradisional, mengirim surat kepada pelanggan telah lama menjadi instrumen utama bagi iklan tanggapan langsung ini, namun televisi dan majalah juga memegang peran yang semakin penting dalam mendukung iklan jenis ini. Iklan tanggapan langsung dan bentuk-bentuk pemasaran langsung lainnya telah menjadi sangat populer dalam dekade dua terakhir ini yang disebabkan oleh perubahan gaya hidup khususnya peningkatan pendapatan rumah tangga.

¹⁹ Ibid. hal. 26

²⁰ Morisan op cit. hal. 22

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Instrumen dan teknik pemasaran langsung juga digunakan oleh perusahaan yang mendistribusikan produknya melalui saluran distribusi tradisional atau perusahaan yang memiliki tenaga penjualan sendiri. Pemasaran langsung memainkan peran penting dalam program komunikasi pemasaran terpadu bagi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk kebutuhan konsumen maupun produk industri. Perusahaan harus menyediakan dana cukup besar setiap tahun untuk mengembangkan dan memelihara *database* yang berisi informasi mengenai alamat dan nomor telepon pelanggan atau calon pelanggan.

3) *Interactive / Internet Marketing*

Sejak memasuki abad ke-21 kita menyaksikan perubahan yang paling dinamis sekaligus revolusioner sepanjang sejarah pemasaran juga termasuk sejarah periklanan dan promosi. Perubahan ini didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi yang memungkinkan dilakukannya komunikasi secara interaktif melalui media massa, dalam hal ini yang utama adalah internet, khususnya melalui fasilitas yang dikenal dengan *world wide web* (www). Media interaktif memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik yang memungkinkan pengguna dapat berpartisipasi dan memodifikasi bentuk dan isi informasi pada saat itu juga (*real time*).²¹

Internet saat ini telah menjadi media iklan yang menarik. Banyak praktisi pemasaran mengiklankan produk mereka baik di web site sendiri maupun di web site milik perusahaan lain. Dapat dikatakan internet merupakan media yang bahkan dapat digunakan untuk melaksanakan seluruh elemen bauran promosi. Selain digunakan untuk beriklan, internet juga dapat digunakan untuk melakukan kegiatan promosi bentuk lainnya, seperti promosi penjualan dengan kupon, kontes dan undian secara *online*. Praktisi

²¹ Ibid., hal.23

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

pemasaran juga menggunakan internet untuk melakukan pemasaran langsung, penjualan profesional, serta kegiatan hubungan masyarakat secara lebih efektif dan efisien.

Selain berfungsi sebagai media promosi, internet juga dipandang sebagai suatu instrumen komunikasi pemasaran yang bersifat yang interaktif. Internet menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen.

4) Promosi penjualan

Kata dan istilah ‘promosi’ serta ‘promosi penjualan’ ini kerap menimbulkan kebingungan di kalangan praktisi pemasaran dan iklan. Dalam hal ini perlu ditegaskan bahwa promosi merupakan elemen atau bagian dari pemasaran yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Namun banyak praktisi pemasaran dan iklan menggunakan istilah promosi yang sebenarnya mengacu kepada promosi penjualan yaitu kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjualan, distributor, atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.²²

Promosi penjualan secara umum dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu promosi penjualan yang berorientasi kepada konsumen (*consumer-oriented sales promotion*) dan promosi penjualan yang berorientasi kepada perdagangan (*trade-oriented sales promotion*). Promosi penjualan yang berorientasi kepada konsumen ditujukan kepada pengguna atau pemakai akhir suatu barang atau jasa yang mencakup pemberian kupon, pemberian sampel produk, potongan harga, undian berhadiah, kontes dan sebagainya. Instrumen semacam ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli sehingga meningkatkan nilai penjualan perusahaan dalam jangka pendek.

²² Ibid, hal 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.

Promosi penjualan yang berorientasi kepada perdagangan ditujukan kepada pihak-pihak yang menjadi perantara pemasaran (*marketing intermediaries*), yaitu: para pedagang pengencer (*retailer*), pedagang besar dan distributor.

Perusahaan memilih menggunakan promosi penjualan dibandingkan jenis promosi lainya karena dua alasan utama, yaitu: *pertama*, jika konsumen tidak memiliki loyalitas pada suatu produk tertentu dan konsumen lebih peka kepada insentif yang ditawarkan suatu merek. *Kedua*, terdapat kecenderungan pedagang memiliki posisi yang lebih kuat dibandingkan produsen untuk memberikan lebih banyak promosi penjualan dan insentif lainnya kepada pedagang.

5) Publikasi / humas

Hubungan masyarakat merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam *promotion mix* suatu organisasi atau perusahaan. Jika suatu organisasi merencanakan dan mendistribusikan informasi secara sistematis dalam upaya untuk mengontrol dan mengelola citra serta publisitas yang diterimanya, maka perusahaan itu tengah menjalankan tugas hubungan masyarakat.²³

Menurut Frank Jefkins, terdapat begitu banyak definisi humas, namun ia sendiri memberikan batasan humas yaitu “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Menurut Dominick, humas mencakup hal-hal sebagai berikut

a. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik

Praktisi humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau

²³ Ibid, hal 26

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

perusahaan, dan juga humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

b. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi

Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Praktisi humas harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi. Organisasi pada dasarnya berhubungan dengan berbagai macam khalayak.

c. Humas merupakan fungsi manajemen

Humas berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas juga harus secara rutin memberikan saran kepada manajemen. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisasikan dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²⁴

Publisitas. Merupakan salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh humas. Publisitas adalah kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi, atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan di media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah sedangkan humas adalah komunikasi dua arah.

Praktisi humas hanya memiliki sedikit kontrol atau bahkan tidak memiliki kontrol sama sekali terhadap media massa yang menyiarkan berita publisitas tersebut. Hal ini disebabkan publisitas

²⁴ Ibid, hal 34

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



bukanlah iklan yang harus dibayar karena pemuatannya di media massa.

Keberhasilan kegiatan publisitas suatu organisasi akan bergantung dari nilai berita dari informasi yang disampaikan yang dapat menarik redaktur media massa (*gatekeepers*). Informasi yang disampaikan melalui siaran pers hendaknya dilengkapi dengan foto, video, dan kutipan pernyataan pengurus organisasi atau pejabat perusahaan.

6) Personal selling

Personal selling yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya. Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan. Tidak seperti iklan, penjualan personal melibatkan kontak langsung antara penjual dan pembeli, baik secara tatap muka ataupun melalui alat telekomunikasi seperti telepon. Melalui interaksi secara langsung ini, maka pihak penjual dapat melihat dan mendengarkan tanggapan atau respons pembeli.

Komunikasi yang bersifat individual dan personal dalam penjualan personal ini memungkinkan pihak penjual menyesuaikan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih tepat karena dampak dari presentasi penjualan yang dilakukan dapat dinilai dari reaksi calon pembeli atau pelanggan. Jika umpan balik yang terjadi dinilai kurang baik, maka penjual dapat memodifikasi pesan-pesannya. Penjual personal juga dapat ditujukan kepada calon pembeli yang dinilai paling potensial dan paling prospektif untuk menjadi pelanggan di masa depan.

d. Sasaran Promosi

Sasaran merupakan orang-orang atau kelompok yang menjadi target komunikasi oleh suatu organisasi karena pihak tersebut dianggap memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dalam pencapaian organisasi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Menurut Onong Uchajana Effendy menjelaskan bahwa sasaran promosi meliputi dua hal, yaitu:²⁵

1) Public *intern*

Semua orang yang bekerja pada organisasi, beberapanya adalah pegawai dari tingkatan paling atas sampai tingkat terendah, para pemegang saham serikat kerja.

2) Public *ekstern*

Orang – orang di luar organisasi yang ada kaitanya dengan kegiatan organisasi.

Menurut pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa sasaran promosi yaitu terdiri dari publik intern dan publik ekstern. Sasaran adalah target kegiatan komunikasi timbal balik dengan penjual sehingga promosi harus dilakukan dengan baik terhadap sasaran promosi agar mereka merasa yakin akan produk yang ditawarkan tersebut.

3. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Istilah *tourism* atau pariwisata muncul di masyarakat sekitar abad ke-18, khususnya sesudah Revolusi Industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata atau *tour* yaitu suatu aktivitas perubahan tempat sementara seseorang, ke luar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apapun kecuali melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji. Kata pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak atau berulang kali dan berkeliling sedangkan *wisata* berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi. Jadi, pariwisata berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi yang dilakukan secara berulang kali dan berkeliling. Sedangkan menurut *World Tourism Organization* (WTO) mendefinisikan pariwisata adalah aktivitas yang dilakukan

²⁵ Effendy Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2004). hal 40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk dan tinggal di luar kebiasaan lingkungan nya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis, dan keperluan lain.²⁶

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, “ pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang ini”. Sedangkan Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Bab 1,Pasal 1, Ayat 3).²⁷

Menurut UN-WTO, ada tiga elemen dasar dalam pengertian pariwisata secara holistik yaitu:²⁸

b. Tujuan Dan Manfaat Kepariwisata

Selain pengertian, kepariwisataan mempunyai tujuan dan manfaatnya sesuai dengan intruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 di katakan bahwa tujuan dari kepariwisataan adalah sebagai berikut:²⁹

- 1) Meningkatkan pendapat an devisa pada khususnya dan pendapatan Negara serta masyarakat pada umumnya. Memperluas kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri samping lainnya.
- 2) Memperkenalkan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
- 3) Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan nasional dan intrernasional.

Selain itu manfaat yang didapat dari bidang kepariwisataan yang mencakup dalam berbagai bidang yaitu ekonomi budaya politik,

²⁶ Muljadi, A.J. *Kepariwisata dan Perjalanan*.(Jakarta: Rajawali Pers, 2010). hal 8

²⁷ *Ibid*, hal 9

²⁸ I Gde Pitana I Ketut Surya. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. (Yogyakarta :C.V Andi Offset, 2009). hal. 81

²⁹ Youti, A Oka. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*.(Jakarta:Pradnya Pratama, 1997). hal 35

lingkungan hidup, nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan dan juga kesempatan kerja diantaranya adalah :

- 1) Manfaat kepariwisataan dari segi ekonomi
Pariwisata bisa menghasilkan devisa bagi Negara sehingga dapat meningkatkan perekonomian suatu Negara.
- 2) Manfaat kepariwisataan dari segi budaya
Membawa sebuah pemahaman dan pengertian antar budaya dengan cara lewat interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut berada. Sehingga dari segi interaksi inilah para wisatawan dapat mengenal dan juga menghargai budaya masyarakat setempat dan juga latarbelakang kebudayaan lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut.
- 3) Manfaat kepariwisataan dari segi politik
Memelihara hubungan internasional dengan baik yaitu dalam pengembangan pariwisata dalam mancanegara. Sehingga terjadinya kunjungan antar bangsa sebagai wisatawan seperti halnya dalam pariwisata nusantara. Sehingga dapat memberikan inspirasi untuk selalu mengadakan pendekatan dan saling mengerti.
- 4) Manfaat kepariwisataan dari segi lingkungan hidup
Setiap tempat pariwisata apabila ingin dikunjungi oleh banyak wisatawan harus terjaga kebersihannya sehingga masyarakat secara bersama-sama harus sepakat untuk merawat serta memelihara lingkungan atau daerah yang bisa dijadikan sebuah objek.
- 5) Manfaat kepariwisataan dari segi nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan
Memiliki teman dari berbagai macam Negara sehingga dapat mengetahui kebiasaan mereka sehingga bisa mempelajari kegiatan baik dari Negara mereka. Sedangkan dari segi ilmu pengetahuan kita bisa mempelajari pariwisata serta dapat mengetahui dimana letak keunggulan dari sebuah objek wisata sehingga dapat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

menerapkan di daerah objek wisata daerah yang belum berkembang dengan baik.

- 6) Manfaat kepariwisataan dari segi peluang dan kesempatan kerja
Menciptakan berbagai macam kesempatan kerja, serta mendirikan berbagai macam usaha yang bisa mendukung objek pariwisata lebih baik dan juga menarik.

c. Prasarana Dan Sarana Kepariwisataan

1) Prasarana kepariwisataan

Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, antara lain.³⁰

- a) Prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan jaringan rel kreta api, bandar udara (*airport*), pelabuhan laut (*sea-sport*), terminal angkutan darat dan stasion kreta api.
- b) Instalasi tenaga listrik dan instalasi penjernihan air bersih.
- c) Sistem pengairan untuk kepentingan pertanian, peternakan, dan perkebunan.
- d) Sisitem perbankan dan moneter.
- e) Sistem telekomunikasi, seperti telepon,internet, pos, televisi, dan radio.
- f) Pelayanan kesehatan dan keamanan.

2) Sarana Kepariwisataan

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kelangsungan hidupnya, tergantung dari wisatawan yang datang. Jenis- jenis sarana pokok kepariwisataan antara lain:s

- a) Perusahaan perjalanan (*Travel Agent* atau biro perjalanan wisata).

³⁰ Muljadi, A.J. *Kepariwisataan Dan Perjalanan*.(Jakarta: Rajawali Pers, 2010). hal 13

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- b) Perusahaan angkutan wisata.
- c) Perusahaan akomodasi.
- d) Perusahaan makanan dan minuman
- e) Perusahaan daya tarik wisata dan hiburan
- f) Perusahaan cinderamata atau *art shops*.

4. Wisata Dermaga Tepian Mahligai

Dermaga tepian mahligai merupakan wisata alam yang terletak di Desa Pulau Gadang Kec.XIII Koto Kampar Kab.Kampar. Wisata ini di bangun oleh pokdarwis (kelompok sadar wisata) pada awal tahun 2017. Asal mula nama dermaga tepian mahligai ini adalah dermaga berarti “pelabuhan tempat nelayan” sedangkan tepian mahligai berarti “ anak sungai atau tempat mandi”.

Dermaga tepian mahligai ini adalah sebuah danau yang menjadi tempat pencari kehidupan bagi nelayan masyarakat setempat dan menjadi salah satu objek wisata kabupaten kampar yang banyak di kunjungi oleh wisatawan dari dalam bahkan luar daerah karena tempat wisata ini menyimpan segudang pesona alam yang asri, dengan menikmati suasana alam dan pemandangan arah ke danau koto panjang, pepohonan yang menghijau di sekitar danau, dan ada beberapa spot menarik yang selalu menjadi incaran pengunjung untuk berfoto mengabadikan momen liburan mereka.

Selain itu pengunjung juga bisa berkeliling ke pulau-pulau yang ada di seberang danau dan juga bisa menyebrangi danau menuju air terjun tambang murai yang di tempuh dalam waktu sekira setengah jam. Tempat wisata ini menjadi tempat terfavorit untuk berkumpul dengan keluarga tercinta, kerabat atau rekan kerja dalam suasana yang hangat dan nyaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kajian terdahulu

1. Nisa Amalina Setiawan tentang “Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong” penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi literatur dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah analisis data meliputi reduksi data, dan verifikasi. Tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi desa wisata jelekong, kabupaten bandung yang dijalankan oleh kelompok penggerak pariwisata (kompepar) Giriharja. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, kompepar giriharja menjalankan promotion mix yang meliputi word of mounth, public relations, personal seling, event, eksibisi, merchendise, publikasi dan website internet. Dari keseluruhan bentuk promosi, prioritas utama promosi dilakukan melalui event dan public relations. Dalam penelitian ini di simpulkan bahwa kompepar Giriharja belum merumuskan strategi promosi secara komprehensif dan terintegrasi.³¹
2. Etty Mardiyah tentang “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bono” metode yang digunakan penelitian deskriptif kualitatif, tujuan ini adalah untuk mengetahui Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bono dengan hasil yang disimpulkan bahwa promosi untuk mengenalkan objek wisata Bono sudah efektif dilakukan oleh dinas dan kebudayaan pariwisata dan kepemudaan dan olahraga kabupaten pelalawan dengan mengiklankan di media cetak dan media elektronik.³²

³¹ Nisa amalina setiawan tentang “Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Riau Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata “

³² Etty Mardiyah tentang “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bono”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Rahmawati tentang “ Aktivitas Promosi Dalam Menarik Wisatawan Ke Taman Budaya Sendawar Pada Dinas Kebudayaan , Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga (Disbudprapora) Kabupaten Kutai Barat” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas promosi dalam menarik wisatawan ke taman budaya sendawar pada dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga (DISBUDPRAPORA) kabupaten Kutai Barat dan untuk mengetahui apa terjadi faktor penghambat dan faktor pendukung serta di simpulkan aktivitas promosi yang dilakukan untuk mempromosikan Taman Budaya Sendawar memang sudah ada. Aktivitas promosi yang dilakukan menggunakan bauran komunikasi pemasaran yaitu periklanan, personal selling, sales promotion, dan public relation-publicity.³³
4. Chitiya Betari Avinda “strategi promosi banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada dinas kebudayaan dan pariwisata)” penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Dengan hasil bahwa :
 - a. Dinas kebudayaan dan pariwisata perlu melakukan pengkajian ulang terhadap program-program bauran promosi yang telah dan sedang berjalan dengan kurang efektif.
 - b. Mengadakan pelatihan-pelatihan terutama bahasa Inggris, serta menyelenggarakan sosialisasi terkait kepariwisataan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan kepada masyarakat umum.
 - c. Mengadakan pelatihan kepariwisataan terhadap para pemandu wisata muda yang akan dapat menambah jumlah sumber daya manusia profesional dibidang pariwisata.
 - d. Menambah tourist information center dibeberapa tempat potensial yang akan dikunjungi oleh banyak orang.

³³ Rahmawati tentang “ Aktivitas Promosi Dalam Menarik Wisatawan Ke Taman Budaya Sendawar Pada Dinas Kebudayaan , Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga (Disbudprapora) Kabupaten Kutai Barat”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- e. Menjalin kerjasama dengan stakeholder lainya untuk meningkat kan kegiatan promosi banyuwangi sebagai destinasi wisata.
- f. Membuat produk wisata dengan menggabungkan potensi wisata budaya dengan alam, terutama potensi wisata yang belum banyak diketahui oleh masyarakat.³⁴

Kerangka Pikir

Untuk mengarahkan penelitian ini agar tepat pada sasaran, maka diperlukan kerangka pikir yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teori. Dalam hal ini aktivitas promosi wisata dermaga tepian mahligai perlu dilakukan secara tepat agar promosi yang dilakukan berhasil dan ramai akan pengunjung.

Dalam melakukan aktivitas komunikasi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, maka penulis mengambil ruang lingkup kajian yaitu:

1. Aktivitas Komunikasi Dalam Periklanan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas. Iklan menjadi instrument promosi yang sangat penting.

2. Aktivitas Komunikasi Dalam Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan elemen atau bagian dari pemasaran yang digunakan pemasaran yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Namun banyak praktisi pemasaran dan iklan menggunakan istilah promosi yang sebenarnya mengacu kepada promosi penjualan yaitu kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau inisiatif kepada tenaga penjual, distributor atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

3. Aktivitas Komunikasi Dalam Publikasi

Publikasi merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam *promotion mix* suatu organisasi atau perusahaan. Publikasi adalah

³⁴ Chitiya Betari Avinda “Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

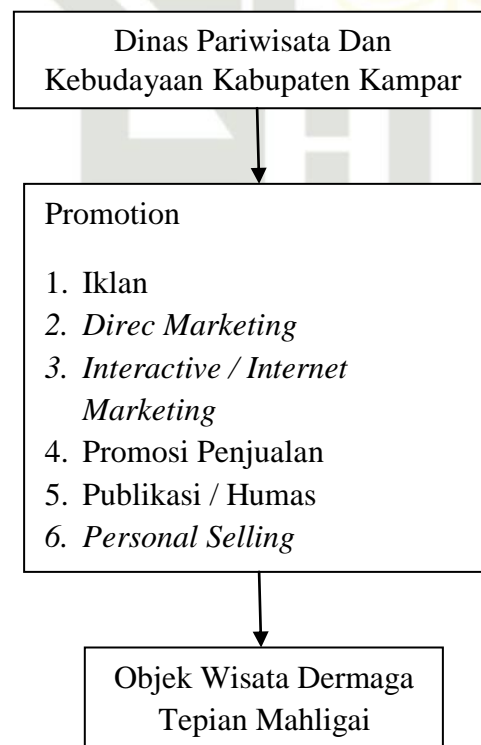
salah satu bentuk cara pemasaran yang menggunakan media cetak seperti leaflet, atau booklet.

4. Akttivities Komunikasi Dalam Personal Selling

Personal selling merupakan suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya. Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan

Untuk mengetahui aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar dalam mempromosikan objek wisata dermaga tepian mahligai, maka peneliti menemukan kerangka pikir yang menggunakan aktivitas komunikasi promosi, meliputi: Iklan, Promosi penjualan, Publikasi dan Personal selling. Kerangka pikir ini peneliti gunakan supaya penelitian yang dikaji menjadi terarah juga merupakan acuan agar penelitian menjadi sistematis.

Gambar 2.2 : kerangka pikir penelitian



Sumber : Olahan Peneliti Dari Diadaptasi Michael Ray

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang penulis lakukan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Yang lebih ditekankan dalam metode kualitatif adalah persoalan kedalaman atau kualitas data bukan banyaknya kuantitas data³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan promosi objek wisata Dermaga Tepian Mahligai yaitu metode yang digunakan berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kampar dalam proses pengumpulan data dan analisis data.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Yang beralamat di Jl. Tuanku Tambusai, Bangkinang, Kabupaten Kampar, Riau 28463. Sementara waktu penelitian ini di mulai pada bulan Juli sampai dengan bulan Desember 2019.

Jenis data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.³⁶

1. Data primer

Data primer adalah data-data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Data ini berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

³⁵ Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004). hal. 248

³⁶ Bungin burhan. *Analisis penelitian*.(jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) hal. 52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Teknik pengumpulan data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi bahan- bahan kepustakaan yang perlu untuk mendukung data primer. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan instrumen sebagai berikut:

- a. Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data yang di peroleh dari buku buku, karya ilmiah, pendapat para ahli yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.
- b. Studi Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang di peroleh dengan menggunakan catatan-catatan tertulis yang ada dilokasi penelitian serta sumber-sumber lain yang menyangkut masalah yang diteliti dengan insstansi terkait.

D. Informan penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang dapat memberikan keterangan dan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian.³⁷

Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yaitu Bapak Nur Azman, S.sos, M.Si (Kepala Bidang Pariwisata Pemasaran), Bapak Candra Budhi, SE (Kepala Seksi Pengembangan Pariwisata Dan Hubungan Antar Lembaga), Bapak David Hendra Nasution, S.Pi (Kepala Seksi Promosi Pemasaran).

Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data skunder yaitu dokumen resmi dari kantor Dinas pariwisata dan kebudayaan, baik dokumen intern yang berupa data instansi, dan standar pelaksanaan. Data juga didapat dari data ekstern, berupa laporan yang dikeluarkan suatu lembaga atau media massa. Teknik pengumpulan data ini terdiri dari:

³⁷ Ardianto Elvinaro. *Metedeologi Penelitian Untuk Public Relations*, (Bandung: Ambiosa Rekatama Media, 2010). Hal.61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung untuk mengumpulkan data tentang pelaksanaan pembangunan yang terjadi prosesnya adalah dengan cara turun langsung kelapangan³⁸
2. Wawancara Wawancara yaitu salah satu metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung kepada responden³⁹
3. Dokumentasi Yaitu pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai penelitian, yakni metode pengumpulan data dalam bentuk surat-surat, memo, laporan serta catatan rapat.⁴⁰

Validitas data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya di perlukan validitas data dan pemeriksaan keabsahan data. Validitas sata yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber-sumber data yang telah ada. Bila penelitian melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi metode yang mana peneliti menggunakan wawancara yang di tunjang dengan metode dokumentasi pada saat wawancara dilakukan.⁴¹

Teknik Dan Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan study dokumentasi. Data yang di peroleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

³⁸ *Ibid.hal.* 144

³⁹ *Ibid. hal.*136

⁴⁰ Kryantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*(Jakarta: Kencana, 2006).hal.

⁴¹ Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi Pendekatan Penelitian*.(Jakarta:Pt. Rineka Cipta, 2003) .hal 245

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Teknik analisis data terdapat 4 bentuk sntsr Isin, sebagai berikut :⁴²

1. Pengumpulan Data (*Data Collections*)

Data Collections merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data.

2. Reduksi Data (*Data Reductions*)

Data Reductions adalah proses pemilihan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari lapangan study.

3. Display Data

Display Data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajian data juga dapat dalam bentuk matrik.

4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (*Conclution Drawing dan Verification*)

Verifikasi dan penegasan kesimpulan adalah kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan.

⁴² Agus Salim. *Teori Dan Pradigma Peneliti Sosial*, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 2016).
22-23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

Sejarah Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan kabupaten Kampar Riau

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

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

Upaya terwujudnya penyelenggara tersebut maka berdasarkan peraturan daerah kabupaten Kampar Nomor 06 Tahun 2012 tentang susunan organisasi dan tata kerja pemerintah daerah kabupaten Kampar dibentuklah dinas pariwisata dan kebudayaan.

Selanjutnya melalui keputusan Kepala Lembaga Administrasi Negara (LAN) Nomor,239/IX/6/8/2003 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaa System System Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP), dengan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berkewajiban menyusun Rencana Strategis (Renstra) untuk mengukur kinerja dinas sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas guna dijadikan evaluasi oleh atasan. Dengan memperhitungkan potensi kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan yang ada tau mungkin timbul. Rencana strategis mengandung visi, misi tujuan dan sasaran, cara pencapaian sasaran yang meliputi kebijakan, program dan kegiatan yang realistis dengan memperhitungkan perkembangan di masa

depan dalam menunjang peningkatan dan pengembangan pariwisata dan kebudayaan di kabupaten Kampar.⁴³

Visi Dan Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar

Visi merupakan cara pandang jauh kedepan yang merupakan gambaran citra, nilai, arah, dan tujuan yang akan menjadi pemandu dalam mencapai masa depan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar secara konsisten, realistis, produktif, serta kreatif dalam melaksanakan program. Visi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengacu pada Visi Kabupaten Kampar, RPJP, RPJM serta visi dinas pariwisata dan kebudayaan sebelumnya.

Adapun Visi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Sebagai Berikut:

“menjadi institusi yang handal dalam meningkatkan kunjungan wisata dan prestasi pemuda dan olahraga dalam lingkungan masyarakat yang berbudaya dan agamis”.

Dan Adapun Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, yaitu untuk merealisasikan Visi dan Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan kabupaten Kampar sepaerti tersebut di atas di kembangkan misi organisasi yang harus dipahami oleh seluruh *stakeholders*, karena menjadi tanggung jawab bersama segenap komponen sesuai dengan proporsinya, misi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan sumber daya manusia yang profesional dalam bidang pariwisata dan kebudayaan.
2. Meningkatkan sarana prasarana serta peran serta *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata dan kebudayaan.
3. Mewujudkan pembinaan dan pengembangan kelembagaan bidang pariwisata dan kebudayaan.

⁴³ Dokumentasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Oktober 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

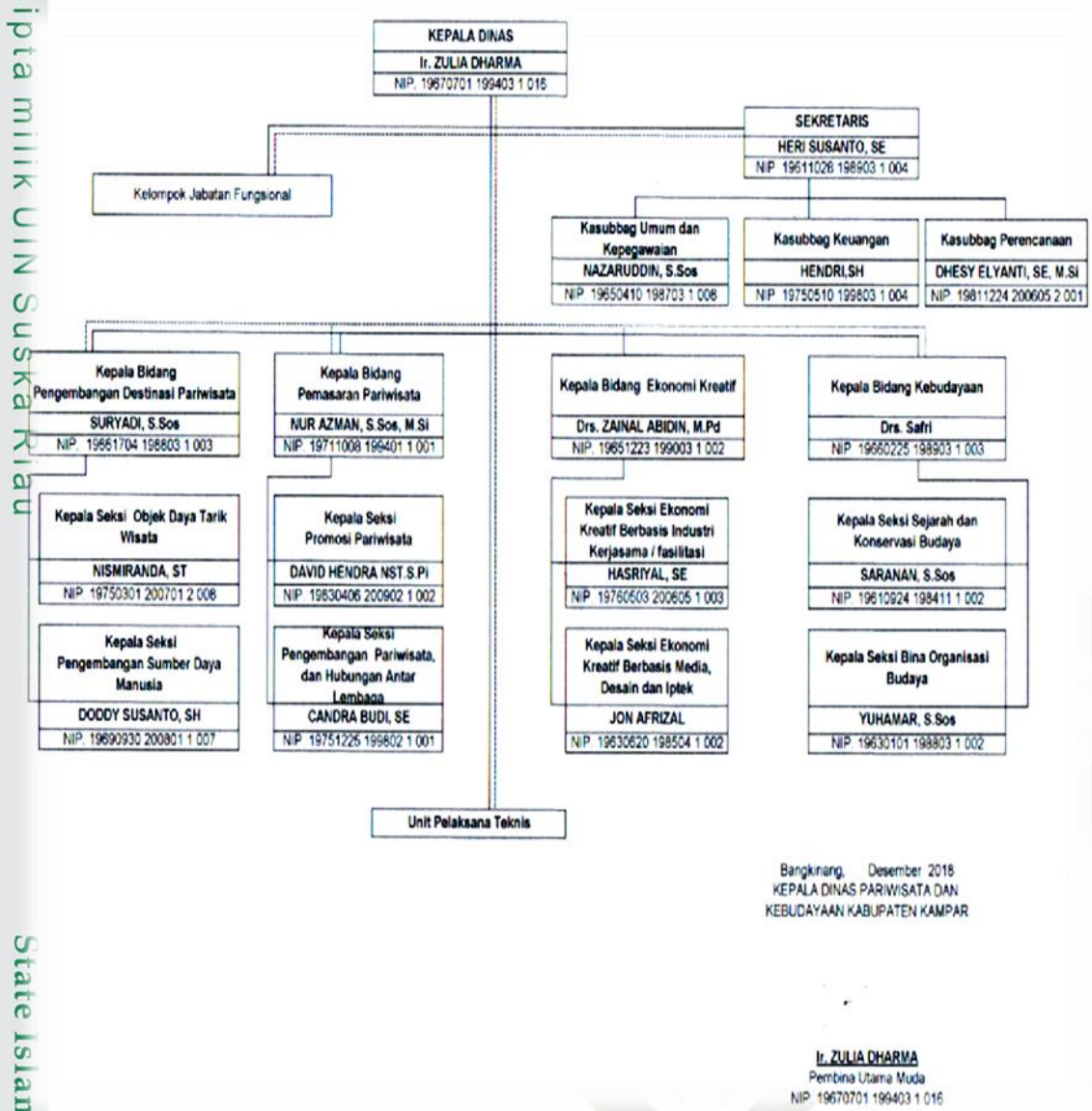
Kedudukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar

1. Kedudukan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Kampar
 - a. Dinas merupakan unsurunsur pelaksana urusan pemerintah bidang pariwisata dan bidang kebudayaan.
 - b. Dinas sebagaimana di maksud pada ayat (1) dipimpin oleh kepala dinas ang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretaris daerah.
 - c. Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:
 - 1) Perumusan kebijakan teknis bidang pariwisata dan kebudayaan.
 - 2) Pelaksanaan kebijakan teknis bidang pariwisata dan kebudayaan.
 - 3) Pelaksana administrasi bidang pariwisata dan kebudayaan.
 - 4) Pelaksana fungsi lain yang di berikan oleh bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Kampar



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Tugas Dan Fungsi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Struktur organisasi tugas pokok dan fungsi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar adalah sebagai berikut:

1. Kepala Dinas

- a. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan dalam menyelenggarakan sebagian urusan Pemerintah Kabupaten dibidang Pariwisata dan Kebudayaan berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan peraturan perundang–undangan yang berlaku.
- b. Dalam melaksanakan tugas pokok, Kepala Dinas mempunyai fungsi:
 - 1) Perumusan kebijakan teknis dibidang Pariwisata dan Kebudayaan skala Kabupaten
 - 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dibidang Pariwisata dan Kebudayaan
 - 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang Pariwisata dan Kebudayaan
 - 4) Pelaksanaan pengembangan Pariwisata dan Kebudayaan
 - 5) Pelaksanaan kebijakan promosi dan pemasaran Pariwisata dan Kebudayaan
 - 6) Pelaksanaan rencana induk pengembangan pariwisata
 - 7) Pelayanan administrasi
 - 8) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

2. Sekretariat

- a. Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian, surat menyurat, perlengkapan, rumah tangga, destinasi, 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.

perencanaan serta memberikan pelayanan administrasi kepada semua bidang dan unit pelaksana teknis dinas dilingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

b. Uraian tugas adalah :

- 1) Pelaksanaan kegiatan koordinasi satuan kerja;
- 2) Penyelenggaraan pengelola administrasi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi satuan kerja
- 3) Melaksanakan koordinasi penyusunan, pelaksanaan dan pelaporan Standar Operasional Prosedur (SOP)
- 4) Penyelenggaraan hubungan kerja dibidang administrasi dengan satuan kerja dilingkungan Pemerintah Kabupaten Kampar
- 5) Penyelenggaraan pengelolaan keuangan, kepegawaian dan perencanaan
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

3. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

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

b. Uraian tugas adalah:

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pengkajian dan pengusulan perencanaan anggaran kegiatan
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan surat menyurat dan penyediaan alat tulis kantor
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan penyelenggaraan kegiatan kearsipan, tata naskah dinas dan perpustakaan

- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan rumah tangga
- 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan keprotokolan dan hubungan masyarakat
- 6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan administrasi perlengkapan dan barang-barang inventaris dan pengelolaan aset/kekayaan milik negara Dilingkungan satuan kerja
- 7) Melaksanakan dan menyiapkan bahan perencanaan kebutuhan sarana/prasarana dalam mendukung kegiatan Dinas dan melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana
- 8) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan memberikan pelayanan teknis administrasi kepada semua unit dilingkungan dinas
- 9) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan dan formasi pegawai
- 10) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pengembangan dan proses mutasi pegawai
- 11) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyelenggaraan kegiatan tatausaha kepegawaian
- 12) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan dan pembinaan organisasi dan tatalaksan
- 13) Melaksanakan dan menyiapkan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
- 14) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

4. Sub Bagian Keuangan

- a. Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas, pembukuan, perhitungan anggaran, verifikasi dan pembendaharaan serta pengelolaan dan administrasi keuangan dilingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan rencana penerimaan dan anggaran belanja untuk dinas
 - 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pembinaan dan bimbingan administrasi keuangan dan pembendaharaan
 - 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan verifikasi pertanggung jawaban keuangan dan menyusun neraca keuangan Dinas serta bahan bimbingan penyelesaian tindak lanjut hasil pemeriksaan
 - 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan kegiatan pengelolaan keuangan dan pelaporan anggaran
 - 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dokumen keuangan dan penyusunan laporan realisasi anggaran
 - 6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Sub Bagian Keuangan
 - 7) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

5. Sub Bagian Perencanaan

- a. Sub Bagian Perencanaan mempunyai tugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan, monitoring, penyiapan dan penyajian bahan koordinasi, perumusan, penyusunan kebijakan, rencana program serta melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan.
- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi, pengolahan dan merumuskan perencanaan di bidang Pariwisata dan Kebudayaan
 - 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan penyusunan rencana program, kegiatan dan anggaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
 - 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan monitoring dan evaluasi pelaporan pelaksanaan program kegiatan Pariwisata dan Kebudayaan
 - 4) Melaksanakan penyusunan, pelaksanaan, dan pelaporan Standar Operasional Prosedur (SOP)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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) Melaksanakan penyusunan LKjIP, Renstra, Renja, Penja dan IKU;
- 6) Menyiapkan dan menghimpun dokumen perencanaan teknis dari masing-masing unit dilingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar
- 7) Melaksanakan dan menyiapkan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Sub Bagian Perencanaan
- 8) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

6. Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

- a. Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, serta pengembangan sumber daya wisata, alam, dan budaya.
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai fungsi:
 - 1) Pelaksanaan koordinasi dibidang pengembangan destinasi pariwisata Kecamatan
 - 2) Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis dibidang pengembangan produk wisata, usaha pariwisata, pemberdayaan masyarakat, standarisasi diseluruh Kecamatan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku
 - 3) Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait, dunia usaha, stakeholder pusat dan daerah untuk pengembangan destinasi pariwisata
 - 4) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata kepada Kepala Dinas
 - 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

7. Seksi Obyek Daya Tarik Wisata

- a. Seksi Obyek Daya Tarik Wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan koordinasi dengan Kecamatan untuk standarisasi, kriteria, prosedur dan bimbingan teknis di bidang Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

b. Uraian tugasnya adalah:

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, instansi terkait, *stakeholder* pariwisata dalam pengembangan sumber daya wisata alam dan budaya.
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan untuk pembinaan dengan Kabupaten/Kota untuk keterpaduan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) antar Kecamatan.
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan bimbingan teknis dan evaluasi dibidang diversifikasi dan revitalisasi produk Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW).
- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan Provinsi dalam rangka kebijakan dan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW).
- 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW).
- 6) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

8. Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia

a. Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan koordinasi dengan Kecamatan serta pelaku usaha pariwisata dalam rumusan kebijakan standar, kriteria, prosedur dan pengembangan sumber daya manusia baik Pemerintah maupun Swasta.

b. Uraian tugasnya adalah:

- 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan pembinaan terhadap pelaku usaha pariwisata di Kecamatan mengenai standarisasi, norma, kriteria, diversifikasi, kemudahan usaha pariwisata.
- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kecamatan serta pelaku usaha pariwisata untuk pembinaan teknis dan evaluasi dibidang fasilitasi usaha, pelayanan wisata dan peningkatan pelayanan, pembinaan, dan pengembangan sumber

daya manusia yang meliputi Pemerintah dan Swasta, maupun masyarakat umum

- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kecamatan dalam penyiapan bahan pemetaan investasi, promosi investasi usaha pariwisata dan untuk kegiatan pelayanan, pembinaan, dan pengembangan sumber daya manusia serta bimbingan teknis bagi Kecamatan dan untuk pemenuhan standar kompetensi.
- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan *stakeholder*, usaha pariwisata, PHRI, ASITA, PUTRI.
- 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan pusat bagi pengembangan pelayanan dan pembinaan sumber daya manusia.
- 6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia.
- 7) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

9. Bidang Pemasaran Pariwisata

- a. Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan permusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi pengembangan promosi pariwisata, pengadaan sarana promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata.
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai fungsi:
 - 1) Pelaksanaan koordinasi dengan Kecamatan dan *stakeholder* dan lembaga-lembaga pariwisata untuk pengembangan pasar.
 - 2) Perumusan segmen pasar dalam dan luar negeri dan strategi pemasaran.
 - 3) Penyiapan bahan-bahan informasi pariwisata sebagai sarana promosi pariwisata.
 - 4) Pelaksanaan promosi potensi pariwisata di dalam dan luar negeri.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- 5) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pemasaran Pariwisata kepada kepala dinas.
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

10. Seksi Promosi Pariwisata

- a. Seksi Promosi Pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan pelaksanaan promosi pariwisata pada lingkup segmen pasar dalam dan luar negeri sesuai dengan kriteria dan prosedur dalam rangka pengembangan pasar pariwisata.
- b. Uraian tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah :
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, *stakeholder* dibidang bahan informasi, strategi pemasaran, prosedur dan pedoman sebagai bahan promosi pariwisata didalam dan luar negeri.
 - 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan melengkapi standar administratif serta dokumen-dokumen dalam pelaksanaan promosi pariwisata.
 - 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Promosi Pariwisata.
 - 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

11. Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga

- a. Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga mempunyai tugas mempersiapkan mengumpulkan dan mengolah data bahan-bahan informasi pariwisata sebagai bahan Pengembangan pariwisata dan bahan koordinasi promosi dan pemasaran, pengkajian, analisis dan merumuskan strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata.
- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi bahan koordinasi dalam rangka pengumpulan, pengolahan bahan-bahan informasi pariwisata se-Kabupaten Kampar yang akurat dan *up to date*

dan untuk mengkaji dan menganalisa informasi pasar dalam dan luar negeri.

- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan-bahan informasi pariwisata sesuai dengan standar, kriteria, norma dan prosedur yang berlaku bagi segmen pasar dalam dan luar negeri.
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan lembaga pariwisata.
- 4) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi terpadu pengembangan pemasaran pariwisata tingkat Provinsi, Regional dan Nasional.
- 5) Melaksanakan dan menyiapkan bahan menjalin dan meningkatkan koodinasi dengan lembaga-lembaga pariwisata pusat dan *stakeholder* dalam rangka pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata
- 6) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga
- 7) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

12. Bidang Ekonomi Kreatif

- a. Bidang Ekonomi Kreatif mempunyai tugas perumusan standar kebijakan dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam, manusia, dan budaya.
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Ekonomi Kreatif mempunyai fungsi.
 - 1) Pelaksanaan kebijakan di bidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia.
 - 2) Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- 3) Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia.
- 4) Pelaporan pelaksanaan tugas Bidang Ekonomi Kreatif kepada kepala dinas.
- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

13. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Industri, Kerjasama/Fasilitasi

- a. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Industri, Kerjasama/Fasilitasi mempunyai tugas menyiapkan bahan rumusan standar, norma dan kriteria serta memberikan bimbingan teknis dan evaluasi dibidang Industri, kerjasama/fasilitasi.
- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan pusat, Kabupaten/kota, pelaku-pelaku seni dan *stakeholder* dalam perumusan standar, norma, kriteria, prosedur dibidang industri, kerjasama dan fasilitasi.
 - 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan pusat dalam merumuskan standar, norma, kriteria, prosedur dibidang industri kerjasama dan fasilitasi.
 - 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Berbasis Industri Kerjasama dan Fasilitasi.
 - 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

14. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media Desain dan Iptek

- a. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media Desain dan Iptek mempunyai tugas menyiapkan bahan rumusan standar, norma dan kriteria serta memberikan bimbingan teknis dan evaluasi dibidang Media, Desain, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan instansi terkait dan Provinsi, Kecamatan, pelaku-pelaku seni dan

stakeholder dalam perumusan standar, norma, kriteria, prosedur dibidang seni kreatifitas Desain, Arsitektur, fashion, audio visual, film dan fotografi.

- 2) Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan pusat dalam merumuskan standar, norma, kriteria, prosedur di bidang seni kreatifitas Desain, Arsitektur, Fashion, Audio Visual, Film dan Fotografi, yang berpedoman pada muatan lokal daerah serta sumber daya dan teknologi.
- 3) Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis MDI.
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

15. Bidang Kebudayaan

- a. Bidang Kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan dilingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.
- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan penggalian, pengembangan dan pelestarian nilai budaya daerah.
 - 2) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan kegiatan kebudayaan dalam rangka peningkatan apresiasi, kualitas, kuantitas, pengayaan serta evaluasi dan seleksi nilai budaya dari atau ke mancanegara.
 - 3) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pemberian bantuan dan penghargaan dalam mendorong peningkatan dan penanaman nilai kebudayaan.
 - 4) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan kegiatan koordinasi dengan instansi terkait sesuai dengan bidang tugasnya.
 - 5) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan petunjuk teknis dalam kegiatan 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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 6) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan penyusunan laporan hasil – hasil yang dicapai dalam pelaksanaan tugasnya.
- 7) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan serta memberikan petunjuk teknis pelaksanaan tugas kepada bawahan.
- 8) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan tugas lain atas petunjuk pimpinan.
- 9) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan tugas sub dinas.
- 10) Membuat laporan sesuai hasil yang telah dicapai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas.
- 11) Menilai hasil kerja bawahan dengan mengisi buku catatan penilaian sebagai bahan penilaian DP-3 bawahan
- 12) Melakukan pembinaan kepada bawahan dengan cara lisan dan tulisan untuk kelancaran pelaksanaan tugas
- 13) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

16. Seksi Sejarah dan Konservasi Budaya

- a. Seksi Sejarah dan Konservasi Budaya dipimpin oleh seorang kepala seksi yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan sejarah dan konservasi budaya.
- b. Uraian tugas adalah;
 - 1) Menyusun program tahunan.
 - 2) Melaksanakan kegiatan dalam rangka merealisasi program kerja.
 - 3) Mengawasi dan membimbing pelaksanaan tugas juru kunci, juru pemelihara dan penjaga makam serta benda-benda sejarah lainnya.
 - 4) Mengawasi serta memonitor unsur-unsur pemelihara benda-benda purbakala.
 - 5) Mengadakan kerja sama pengawasan terhadap benda-benda sejarah dan permuseuman dengan pihak dan instansi terkait.
 - 6) Menghimpun dan mempublikasikan serta mendayagunakan fungsi sejarah, kepurbakalaan dan permuseuman.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

- 7) Menginventarisasikan benda-benda peninggalan sejarah.
- 8) Mengusulkan rehabilitas pemugaran bangunan yang bernilai sejarah.
- 9) Mengumpulkan riwayat perjuangan dan tokoh pahlawan dari daerah.
- 10) Mengadakan fasilitas pemeliharaan benda peninggalan sejarah, purbakala dan permuseuman.
- 11) Menyusun rencana kerja dan program seni budaya.
- 12) Menyusun rencana program kebutuhan pembinaan seni dan budaya.
- 13) Menyusun rencana program pelatihan seniman untuk cabang seni yang di prioritaskan bagi pengembangan wisata.
- 14) Menyusun rencana program festival lomba dan pameran.
- 15) Menyusun rencana program penyusunan buku muatan lokal budaya daerah.
- 16) Melaksanakan bimbingan teknis terhadap pengembangan seni dan budaya dalam Kabupaten Kampar.
- 17) Mengadakan evaluasi terhadap pelaksanaan program yang telah dilaksanakan.
- 18) Mengarahkan, membimbing, mengawasi dan menilai pelaksanaan tugas staf/pegawai dilingkungan seksi.
- 19) Melaporkan seksi pelaksanaan tugas dibidang sejarah dan permuseuman kepada kepala dinas.
- 20) Melaksanakan tugas lainnya yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan bidang tugasnya.

17. Seksi Bina Organisasi Budaya

- a. Seksi Bina Organisasi Budaya dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan bina organisasi budaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Uraian tugas adalah:
 - 1) Penyusunan rencana kerja dan program seksi bina organisasi budaya.
 - 2) Menyusun dan mengumpulkan data organisasi seniman perorangan, teknis kesenian, urusan adat, sastra lisan, ukiran dan kerajinan.
 - 3) Menyusun rencana program pertemuan dan peninjauan seniman dan organisasi kesenian.
 - 4) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan petunjuk teknis dalam kegiatan kebudayaan.
 - 5) Menggali potensi budaya yang belum tersentuh dalam pembinaan untuk menumbuhkembangkan budaya dimaksud.
 - 6) Merumuskan dan melaksanakan pembinaan dalam mendorong peningkatan aspirasi organisasi budaya.
 - 7) Menginventarisasi budaya yang berhubungan dalam wilayah/daerah.
 - 8) Melaksanakan tugas lain dengan instansi terkait dalam pembinaan organisasi budaya.
 - 9) Melaksanakan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan.
 - 10) Mengarahkan, membimbing, mengawasi dan menilai pelaksanaan tugas staf/pegawai dilingkungan seksi.
 - 11) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas Seksi Bina organisasi budaya kepada Kepala Dinas.
 - 12) Melaksanakan tugas lainnya oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugasnya.

BAB VI

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya penulis dapat menyimpulkan bahwa Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai di lakukan dengan menggukan teori *promotion mix*, yaitu : Iklan , Direct Marketing, Internet Marketing, Promosi Penjualan, Publikasi dan *Personal Selling*.

Dalam mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar menggunakan iklan seperti media cetak dan media sosial. Media cetak yang di gunakan adalah seperti brosur dan baliho dan media sosial yang digunakan adalah facebook dan instagram. Kemudian dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar dalam mempromosikan objek wisata dermaga tepian mahligai dengan mengikuit event-event dan pameran seperti kampar expo, abkasi expo (asosiasi pemerintah kabupaten kota seluruh indonesia) dan batam expo.

Selanjutnya publikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar juga membuat kalender pariwisata pertahun untuk di sebarakan kepada masyarakat.

Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan tentang Aktivitas Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar agar dapat lebih meningkatkan Promosi Objek Wisata Dermaga Tepian Mahligai kepada seluruh masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

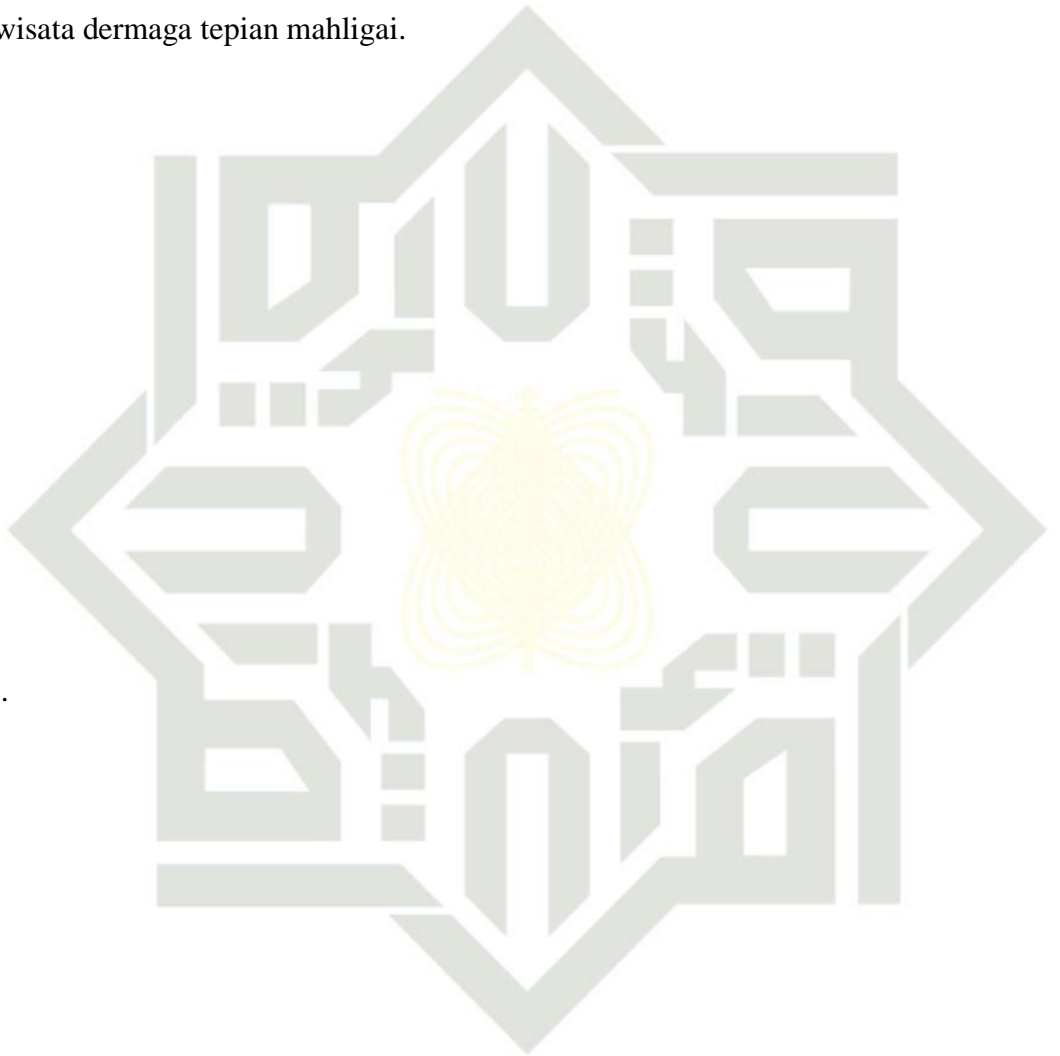
2. Dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar sebaiknya memanfaatkan seluruh media dalam mempromosikan objek wisata dermaga tepian mahligai
3. Sebaiknya Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar menjalin kerja sama dengan pemerintah provinsi dalam mempromosikan objek wisata dermaga tepian mahligai.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Agus Salim. *Teori Dan Pradigma Peneliti Sosial*, (Yogyakarta : Tiara Wacana, 2016)
- Ardianto Elvinaro. *Metedeologi Penelitian Untuk Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010)
- Bunginburhan. *Analisis penelitian.*(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013)
Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*
- Chitiya Betari Avinda “*Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata)*”
Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten kampar
Dokumentasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Oktober 2019
- Effendy Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2004)
- Etty Mardiyah tentang “*Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Event Wisata Bono*”
- Edddy Rangkui. *Startegi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communications* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2009)
- I Gde Pitana I Ketut Surya. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. (Yogyakarta :C.V Andi Offset, 2009)
- Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi Pendekatan Penelitian*. (Jakarta:Pt. Rineka Cipta, 2003)
- Khalis Binsar, Afder Darius, Mirza Adrius, *Budaya Melayu Riau* (Pekanbaru: Pt Inti Prima Aksara , 2011)
- Kryantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006)
- Kustadi Suhendang, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia, 2004)
- Lexy J Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif.*(Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010)

Muljadi, A.J. *Kepariwisata dan Perjalanan*.(Jakarta: Rajawali Pers, 2010)

Nisa amalina setiawan tentang “*Aktivitas Media Relations Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Riau Dalam Mempromosikan Tempat-Tempat Wisata* “ Peraturan Pemerintah No.24/1979

Rahmawati tentang “ *Aktivitas Promosi Dalam Menarik Wisatawan Ke Taman Budaya Sendawar Pada Dinas Kebudayaan , Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga (Disbudprapora) Kabupaten Kutai Barat* ”

Richard West, *Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi* (Jakarta :Salemba Hamka, 2008

Youti, A Oka. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*.(Jakarta:Pradnya Pratama, 1997). hal 35

Jurnal :

Helln Angga Devy Dan R.B.Soemanto, 2017, *Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyer, Jurnal Sosiologi*, Vol 32 (1

Nisa Amalina Setiawan Dan Farid Hamid U, 2014, *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong, Jurnal Trikonomika*, Vol 13 (2)

Rahmawati. 2014. *Aktivitas Promosi Dalam Menarik Wisatawan Ke Taman Budaya Sendawar Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Kutai Barat*, Vol 2 (4)

Internet:

www.kemenpar.go.id Diakses pada Tgl 24 Juli 2019 Pkl 10:55

Lampiran 1

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1 dan 2 : wawancara dengan kabid pemasaran dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar, Bapak Nur Azman, S.sos, M.Si

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3: Wawancara dengan Kasi Promosi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Bapak David Hendra Nasution, S,Pi



Gambar 4 : Wawancara Dengan Kasi Pengembangan Pariwisata Dan Hubungan Antar Lembaga Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Bapak candra budhi, SE

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nurul Sulastri, lahir di Tanjung Kabupaten Kampar Utara pada Tanggal 01 Februari 1995 merupakan anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara, lahir dari pasangan Ayahanda Kamarlis dan Ibunda Yusmanidar. Pada tahun 2004 memulai pendidikan pada jenjang Sekolah Dasar di SD 021 Sawah, Kecamatan Kampar Utara.

Lulus pada tahun 2009. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan pada Sekolah Menengah Pertama yaitu SMP N 01 Kampar selama 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2009 sampai tahun 2012. Tamat dari Sekolah Menengah Pertama tersebut, penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 01 Kampar 3 (tiga) tahun yaitu dari tahun 2012 sampai tahun 2015. Kemudian pada tahun 2015 berkat restu dan do'a kedua orangtua, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 (S-1) di salah satu perguruan tinggi di Provinsi Riau, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Public Relations.

Selama menjadi mahasiswa, penulis melaksanakan magang selama 2 (dua) bulan di Humas Setda Kabupaten Kampar dan . Atas berkat dan rahmat Allah SubhanahuWaTa'ala serta do'a dan dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“AKTIVITAS KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA DERMAGA TEPIAN MAHLIGAI”** dibawah bimbingan Bapak Rafdeadi,S.Sos.I,MA Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 06 Agustus 2020, penulis dinyatakan **LULUS** dan telah berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (**S.I.KOM**).

Bismillahirrahmanirrahim, walhamdulillah, Usaha tidak pernah mengkhianati hasil.