



**STRATEGI DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA BUDAYA
DAN PARIWISATA KABUPATEN INDARGIRI HILIR
DALAM MEMPROMOSIKAN HUTAN MANGROVE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi



UIN SUSKA RIAU

Disusun Oleh:

ADE KURNIAWAN

11643101974

UIN SUSKA RIAU

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

**STRATEGI DINAS PEMUDA DAN OLAAHRAGA BUDAYA DAN PARIWISATA
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM MEMPROMOSIKAN HUTAN
MANGROVE**

Disusun oleh

Ade Kurniawan
NIM. 11643101974

Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 5 Juli 2023

Pembimbing

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

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, S. Pd., M. Si
NIP. 198103132011011004



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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

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

Nama : Ade Kurniawan
NIM : 11643101974
Judul : Strategi Dinas Pemuda Dan Olahraga Budaya Dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove

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

Hari : Kamis
Tanggal : 13 Juli 2023

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

Pekanbaru, 13 Juli 2023



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

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

Penguji III,

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

Sekretaris/ Penguji II,

Muhammad Soim, S.Sos.I., MA
NIK.130 417 084

Penguji IV,

Julis Suriani, M. I.Kom
NIK.130 417 019

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



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

Lampiran Surat:
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ade Kurniawan
 NIM : 11643101974
 Tempat/ Tgl. Lahir : Tj Sum, Kuala Kampar, 26 Juni 1998
 Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
 Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **STRATEGI DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA BUDAYA DAN PARIWISATA KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM MEMPROMOSIKAN HUTAN MANGROVE**

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, 13 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan



Ade Kurniawan
 NIM. 11643101974

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



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

Pekanbaru, 5 Juli 2023

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

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

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

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

Nama : Ade Kurniawan

NIM : 11643101974

Judul Skripsi : Strategi Dinas Pemuda Dan Olahraga Budaya Dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove

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

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

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

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

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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



ABSTRAK

- © Halima Nur Rizki, UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diantara wisata yang potensial di Kabupaten Indragiri Hilir adalah hutan mangrove. Namun, dari tahun ke tahun wisata ini mengalami penurunan. Maka perlu dilaksanakan analisis pada strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir dalam mengembangkan wisata hutan mangrove. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan informan penelitian dari pihak Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir dan beberapa pengunjung di kawasan wisata hutan mangrove. Hasil menyatakan bahwa promosi wisata hutan mangrove terdiri dari sebagai berikut: Pada strategi periklanan terbagi menjadi 3 bentuk. Pertama adalah iklan melalui media elektronik seperti Televisi dan Radio, Iklan melalui Media cetak Koran, dan Melalui mulut ke mulut. Pada strategi *sales promotion* dilaksanakan dengan melaksanakan even menarik di kawasan hutan mangrove seperti festival musik, panggung ceria, dan pertunjukan kuliner khas. Strategi dari penjualan perseorangan dengan menggunakan kerjasama dengan pihak pelaku wisata. Kerjasama ini dilaksanakan dengan membuat paket wisata mulai dari perjalanan wisata, penginapan disekitar hutan, pendampingan dan penjelasan dari pentingnya hutan mangrove untuk alam, dan pengenalan hasil olahan dari hutan mangrove tersebut. Hubungan masyarakat diwujudkan dengan mengajak sekolah menjadikan kawasan hutan mangrove sebagai kawasan pembelajaran berbasis kearifan lokal. Selain itu, hubungan masyarakat juga dilaksanakan dengan mengajak masyarakat bersama menjaga kelestarian hutan mangrove. Terakhir melalui *direct marketing* yang diwujudkan dengan melaksanakan sosialisasi. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung ke desa-desa yang dekat keberadaannya dengan lokasi mengenai pentingnya mengelola destinasi wisata karena merupakan aset pendapatan terbesar setiap daerah. Selain itu, kegiatan juga dilaksanakan dengan rutin mengikuti pameran wisata contoh pameran nasional yang diadakan yaitu Expo, disitu kami mengenalkan hutan mangrove serta mengisi stand yang disediakan di pameran.

Kata Kunci: Promosi, Wisata, Strategi



ABSTRACT

Among the potential tourism in Indragiri Hilir Regency is the mangrove forest. However, from year to year this tour has decreased. So it is necessary to carry out an analysis of the promotion strategy carried out by the Department of Youth and Sports Culture and Tourism of Indargiri Hilir Regency in developing mangrove forest tourism. This study aims to determine the strategy of the Department of Youth and Sports, Culture and Tourism of Indargiri Hilir Regency in Promoting Mangrove Forests. This research is a qualitative research using research informants from the Department of Youth and Sports Culture and Tourism of Indargiri Hilir Regency and several visitors in the mangrove forest tourism area. The results state that the promotion of mangrove forest tourism consists of the following: The advertising strategy is divided into 3 forms. The first is advertising through electronic media such as television and radio, advertisements through print media, newspapers, and through word of mouth. The sales promotion strategy is carried out by carrying out interesting events in mangrove forest areas such as music festivals, cheerful stages and special culinary performances. The strategy of selling individuals by using cooperation with tourism actors. This collaboration is carried out by making tour packages starting from tour trips, lodging around the forest, mentoring and explanation of the importance of mangrove forests for nature, and introduction to processed products from these mangrove forests. Community relations are realized by inviting schools to turn mangrove forest areas into local wisdom-based learning areas. In addition, community relations are also carried out by inviting the community to work together to maintain the preservation of mangrove forests. Lastly through direct marketing which is realized by carrying out socialization. This activity was carried out by the Department of Youth and Sports, Culture and Tourism of Indargiri Hilir Regency, namely by conducting direct outreach to villages that are close to the location regarding the importance of managing tourist destinations because they are the biggest income assets for each region. In addition, activities are also carried out by regularly participating in tourist exhibitions, for example the national exhibition held, namely the Expo, where we introduce the Megrov forest and fill in the stands provided at the exhibition.

Keywords: *Promotion, Tourism, Strategy*

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menandatangani dan mencantumkan sumbernya.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

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

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

ABSTRAK i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR GAMBAR..... v

DAFTAR TABEL..... vi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Penegasan Istilah..... 7

1.3 Rumusan Masalah 7

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 7

1.5 Sistematika Penulisan..... 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 10

2.1 Landasan Teori..... 10

2.2 Penelitian Terdahulu 24

2.3 Kerangka Pikir 26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 27

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian..... 27

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 27

3.3 Sumber Data..... 27

3.4 Informan Penelitian..... 28

3.5 Teknik Pengumpulan Data..... 28

3.6 Validitas Data..... 29

3.7 Teknik Analisis Data..... 30

BAB IV GAMBARAN UMUM..... 31

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Indragiri Hilir 31

4.2 Gambaran Umum tentang Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir 35

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 42

5.1 Hasil Penelitian 42

5.2 Pembahasan..... 56



BAB VI PENUTUP 61

5.1 Kesimpulan 61

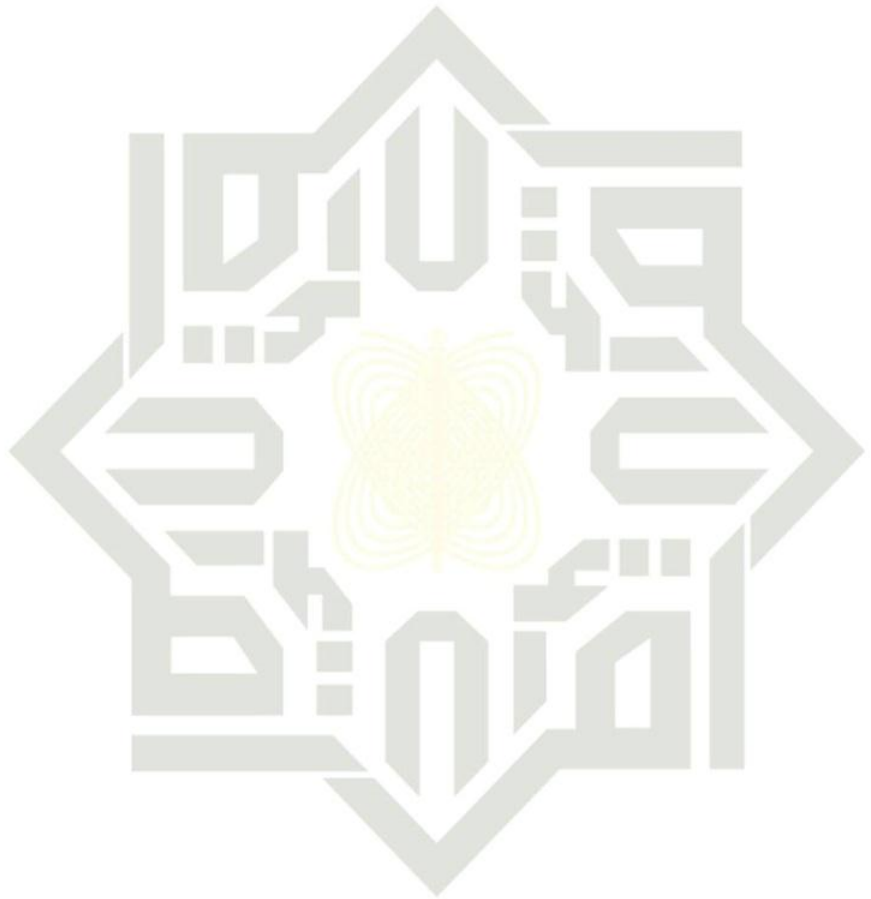
5.2 Saran..... 62

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

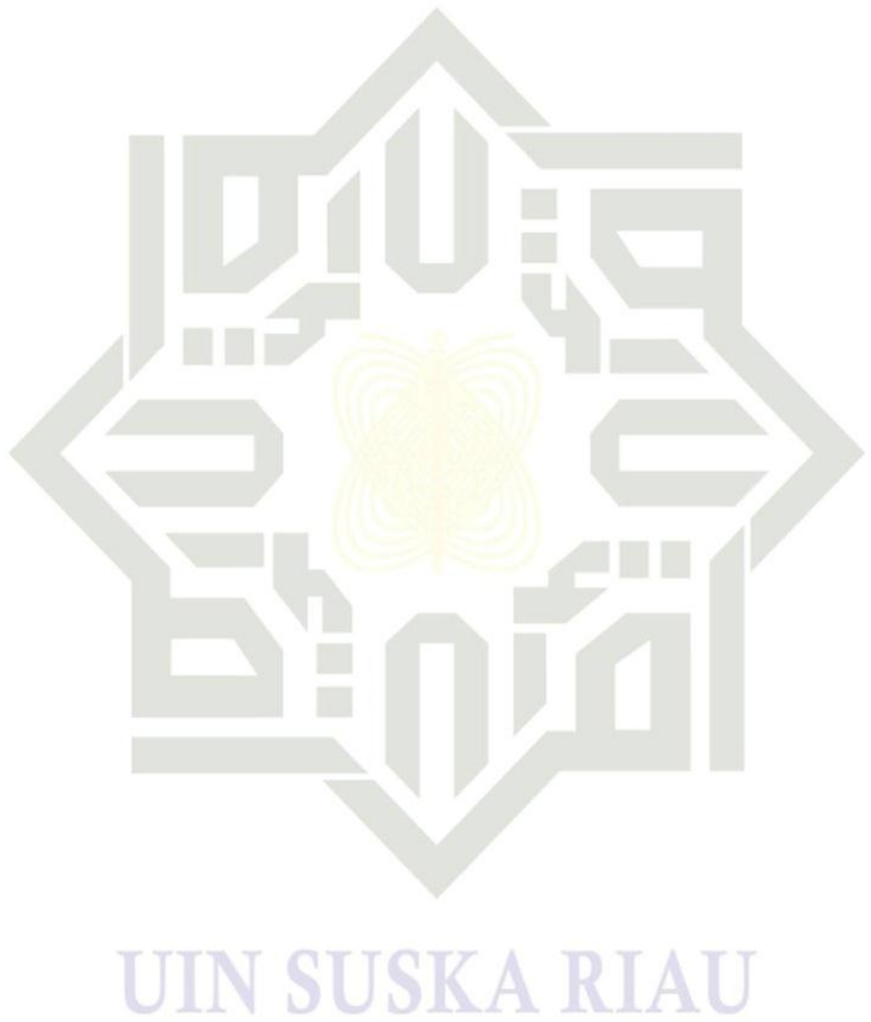
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	26
----------------------------------	-----------------------------------	----



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

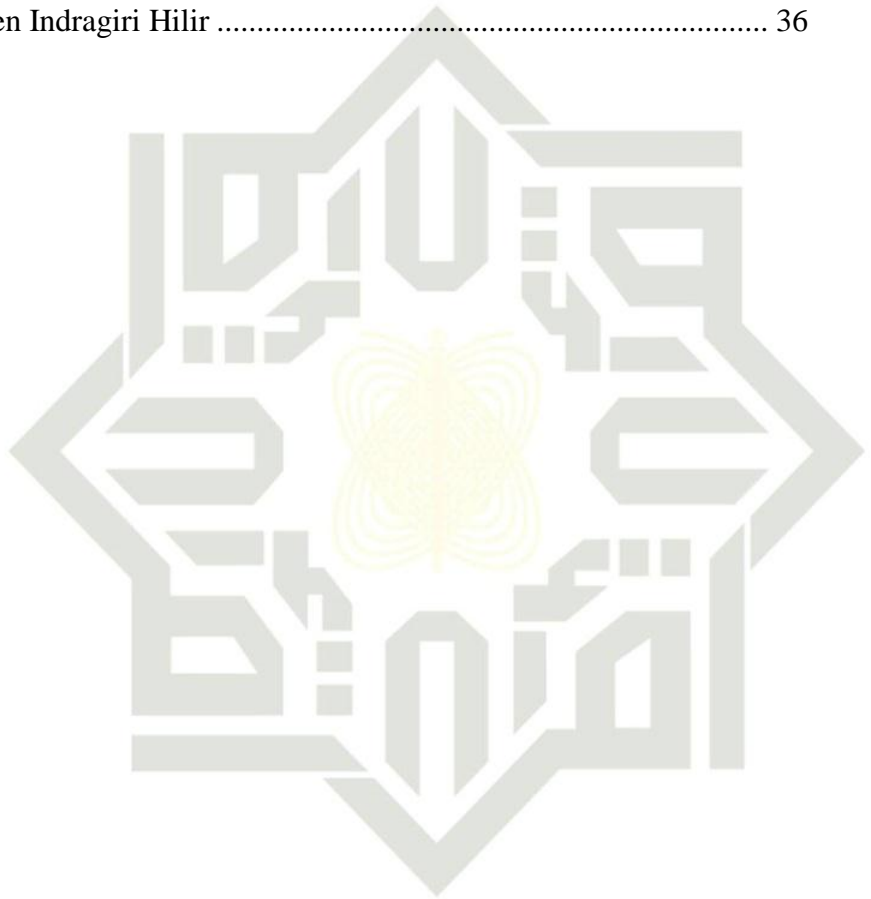


DAFTAR TABEL

1.	Data Pengunjung Hutan Mangrove Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2019 – 2021	4
2.	Penelitian Terdahulu	24
4.	Sungai-sungai yang berada di Wilayah Kabupaten Indragiri Hilir	32
4.	Jumlah Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir	36

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa sehingga negara Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika dikelola dengan baik dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat dikembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan. Seiring berjalannya waktu, pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang dengan baik.¹

Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dengan hal itu, dalam Undang Undang Republik Indonesia No 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkukuh jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.²

Sejalan dengan perkembangan dunia pariwisata saat ini telah terdapat banyak biro perjalanan wisata. Tugas dari biro perjalanan wisata adalah menangani kunjungan para wisatawan ke berbagai daerah tujuan wisata baik wisata dalam negeri atau luar negeri. Semakin banyaknya pihak yang terjun

Mahdayeni, dkk, manusia dan kebudayaan, (Manusia Sejarah Kebudayaan, Manusia Dalam Keanekaragaman Budaya, Manusia Dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Penghidupan), Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, (Volume 7 Nomor 2, Agustus 2019), 154

Undang Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata

Atm Yulianto, dkk. Hubungan Jumlah Objek Wisata, Hotel dan Biro Perjalanan dengan Jumlah Wisatawan ke D.I.Y,(Pariwisata, Vol. 8 No.2 September 2021), 9

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



dalam usaha biro perjalanan wisata akan menunjang kemajuan pariwisata di Indonesia.³

Maka untuk meningkatkan kemajuan sebuah objek pariwisata dibutuhkan peran pemasaran. Pemasaran pariwisata diartikan sebagai suatu usaha untuk memudahkan terjadinya transaksi pariwisata bagi suatu golongan masyarakat yang berbeda-beda. Dalam hal ini, pemasaran juga dipandang sebagai proses manajemen suatu badan usaha kepariwisataan untuk mempengaruhi wisatawan agar mengunjungi tempat wisatanya. Strategi pemasaran khususnya dalam bidang pariwisata sangat perlu untuk dilakukan mengingat banyaknya pesaing yang ada. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan dan dinilai sangat ampuh untuk dilakukan yaitu promosi. Dalam kegiatan promosi seperti pemasangan iklan dan promosi penjualan, suatu badan usaha dapat memperbesar daya tarik produknya kepada wisatawan.⁴

Dengan adanya strategi pemasaran maka para wisatawan akan tahu wisata baru apa yang sedang muncul dan populer. Selain itu, dengan strategi pemasaran yang benar, tempat wisata yang dipromosikan akan berkembang lebih baik dan lebih ramai lagi. Strategi ini membantu para wisatawan untuk mengetahui informasi detail tentang suatu tempat wisata.⁵

Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang kebudayaan dan kepariwisataan dan mempunyai tugas menyelenggarakan urusan rumah tangga Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir yang berusaha meningkatkan daya tarik wisata yang diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang dibebankan oleh pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir. Karena itu diperlukan suatu langkah nyata dalam menjalin saling

³Nyoman Sudiarta, dkk. Usaha pemasaran pariwisata (modal destinasi pariwisata) panduan bagi pemasar destinasi pariwisata, (Universitas Udayana, 2015), 8

⁴Tristanty, analisis startegi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung ke tempat wisata di kabupaten kepulauan sangihe, Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), (Vol. 6 No. 1 Juli-Desember 2022), 839



UIN SUSKA RIAU

pengertian dan kepercayaan dengan berbagai pihak dalam mengenalkan potensi wisata dan menarik wisatawan agar berkunjung.

Di daerah Riau, Hutan Mangrove merupakan objek wisata yang sangat jarang ditemui karena sebagian besar objek wisata Hutan Mangrove lebih banyak terdapat di Kepulauan Riau dan Sumatera Barat saja. Hutan mangrove merupakan sekumpulan pepohonan yang tumbuh di area sekitar garis pantai yang dipengaruhi oleh pasang surutnya air laut serta berada pada tempat yang mengalami akumulasi bahan organik dan pelumpuran. Hutan Mangrove yang juga biasa dikenal dengan sebutan Hutan bakau ini merupakan sebuah ekosistem yang bersifat khas karena adanya aktivitas daur penggenangan oleh pasang surut air laut. Pada habitat ini hanya pohon Mangrove atau bakau yang mampu bertahan hidup dikarenakan proses evolusi serta adaptasi yang telah dilewati oleh tumbuhan Mangrove.

Hutan Mangrove yang berada di Desa Pulau Cawan Kecamatan Mandah Kabupaten Indragiri Hilir dijadikan objek wisata oleh masyarakat setempat. Hutan Mangrove ini merupakan destinasi unggulan yang ada dikawasan Indragiri Hilir tetapi objek wisata ini belum banyak diketahui oleh masyarakat Riau. Hutan Mangrove banyak sekali memiliki keunikan yang membuatnya berbeda dari Hutan-Hutan yang ada di Indonesia, Hutan bakau adalah Hutan yang terbentuk secara alami dengan masa hidup yang sangat lama sehingga pohon bakau yang berada di pulau cawan ini berbeda dengan pohon bakau pada umumnya.

Selain itu, Hutan Mangrove terdapat juga pantai sersah yang semakin memperindah penampilan dari Hutan Mangrove khas Inhil tersebut. air di Hutan Mangrove ini juga bukan seperti Hutan-Hutan Mangrove pada umumnya yang terdapat di Indonesia, air di Hutan Mangrove ini mempunyai warna yang kecoklatan yang semakin membedakan Hutan Mangrove ini dengan Hutan Mangrove yang lainnya.

Terlepas dari keindahan alam dalam meningkatkan daya tarik objek wisata Hutan Mangrove di desa Pulau Cawan kabupaten Indragiri Hilir masih dirasa kurang maksimal untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, hal ini terlihat dari pencapaian angka jumlah pengunjung Hutan Mangrove di

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

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

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



desa Pulau Cawan kabupaten Indragiri Hilir selama periode 2019 sampai dengan 2021 :

Tabel 1.1 Data Pengunjung Hutan Mangrove Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2019 – 2021

Tahun	Target Pengunjung	Jumlah Pengunjung	Persentase (%)
2019	25.000	21.541	86,16
2020	25.000	17.312	69,25
2021	25.000	6.200	24,80

Sumber Data : Kabupaten Indragiri Hilir 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas adalah data pengunjung Hutan Mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir selama periode 2019 dengan target pengunjung sebanyak 25.000 orang sedangkan jumlah pengunjung hanya mencapai 21.541 orang dengan persentase 86,16%, adapun di tahun 2020 dengan target pengunjung wisata Hutan Mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir berjumlah 25.000 orang sedangkan jumlah pengunjung hanya mencapai 17.312 dengan persentase 69,25%, di tahun 2021 dengan harapan jumlah pengunjung mencapai 25.000 sedangkan yang tercapai hanya berjumlah 6.200 orang dengan persentase 24,80%.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Ibu Murni. SOS. MM sebagai Kabid Pembinaan dan Pemasaran Wisata di Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indargiri Hilir, beliau mengatakan penurunan jumlah pengunjung Hutan Mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2019 - 2021 ini disebabkan oleh beberapa persoalan diantaranya adalah:

1. Akses transportasi menuju obyek wisata masih kurang mendukung, karena pengunjung masih harus menggunakan speedboat untuk sampai ke objek wisata Hutan Mangrove, sehingga yang menjadi masalah adalah jumlah speedboat yang tersedia dirasa kurang dalam melayani pengunjung yang datang.

1. Harapannya adalah agar pemerintah daerah setempat dapat meningkatkan jumlah speedboat yang tersedia untuk melayani pengunjung yang datang ke objek wisata Hutan Mangrove. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

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

2. Permasalahan berikutnya adalah kurang maksimalnya pengelolaan fasilitas pendukung yang dimiliki di obyek wisata seperti kebersihan toilet umum, kurangnya gazebo atau pendopo bagi pengunjung untuk bersantai sambil menikmati keindahan alam di Hutan Mangrove.

3. Sementara pada tahun 2019 sampai 2021 penurunan jumlah pengunjung karena semakin meningkatkan kasus Covid-19 yang menyebabkan pemerintah pusat membuat kebijakan PSBB adalah singkatan dari Pembatasan Sosial Berskala Besar sesuai dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020.

Pengunjung yang datang ke Hutan Mangrove tidak hanya didominasi oleh masyarakat daerah Indragiri Hilir saja, tetapi juga pengunjung dari luar Kabupaten Indragiri Hilir seperti pada saat liburan akhir tahun, libur lebaran dan hari libur lainnya. Untuk menuju Hutan Mangrove ini kita melewati jembatan beton yang menyerupai dermaga. Serta di samping kiri dan kanan kita juga bisa menikmati pemandangan pohon Bakau di sepanjang jembatan ini. Agar dapat sampai di Hutan Mangrove dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi sungai maupun laut, karena Hutan Mangrove terletak dibagian timur Pulau Sumatera yang merupakan jalur transportasi utama yang menghubungkan Kota Tembilahan.

Dalam memaksimalkan jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata Hutan Mangrove ini, Bidang Pembinaan Usaha Dan Pemasaran Wisata di Kabupaten Indragiri Hilir sudah melaksanakan berbagai upaya dalam pengelolaan dan penyebarluasan informasi potensi pariwisata, salah satunya dengan meningkatkan kegiatan promosi. Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai informasi yang bertujuan untuk menarik minat pengunjung untuk datang menikmati keindahan objek wisata Hutan Mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir.

Strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir dalam memperkenalkan objek wisata Hutan Mangrove secara langsung kepada pengunjung seperti membangun fasilitas-fasilitas umum untuk memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang datang berkunjung,



pihak pemerintah membangun gazebo-gazebo yang dapat dinikmati oleh pengunjung serta pihak pemerintah juga merenovasi fasilitas lainnya seperti musholla dan toilet umum.

Selain itu promosi langsung yang digunakan untuk menarik minat pengunjung untuk datang menikmati keindahan Hutan Mangrove berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Indragiri Hilir yaitu Bapak Junaidy, S.Sos. M.Si, dimana beliau mengungkapkan dalam upaya peningkatan kunjungan pada Hutan Mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir dengan mengadakan event nasional untuk menarik wisatawan, seperti adanya acara adat yang dilakukan disekitaran Hutan Mangrove sebagai upaya dalam peningkatan jumlah pengunjung yang datang seperti diantaranya :

1. Mengadakan acara pementasan tarian adat yang diadakan di area Hutan Mangrove Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Ada juga kegiatan festival film pendek yang mengangkat keindahan dari alam di Hutan Mangrove Kabupaten Indragiri Hilir.

Namun selama 2 tahun terakhir segala bentuk event – event yang bersifat nasional maupun daerah dibatalkan karena semakin meningkatnya kasus Covid-19 sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan PSBB adalah singkatan dari Pembatasan Sosial Berskala Besar, peraturan yang diterbitkan Kementerian Kesehatan (Kemenkes) dalam rangka Percepatan Penanganan COVID-19 agar bisa segera dilaksanakan di berbagai daerah. Aturan PSBB tercatat dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020.

Sementara promosi secara tidak langsung yang dilakukan dalam menenalkan objek wisata Hutan Mangrove, dimana menurut kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Indragiri Hilir yaitu Bapak Junaidy, S.Sos, dalam mempromosikan objek wisata Hutan Mangrove ini sudah dilakukan beberapa cara diantaranya memanfaatkan perkembangan media sosial dalam mempromosikan objek wisata Hutan Mangrove ini baik media cetak maupun media elektronik seperti, Berita Online dan media online lainnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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

Namun strategi promosi tidak langsung yang dilakukan dengan memanfaatkan media ini masih dirasa kurang maksimal dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang ke Hutan Mangrove. Hal ini terbukti masih terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata Hutan Mangrove ini. Kegiatan promosi merupakan kunci utama untuk memaksimalkan potensi-potensi wisata yang ada pada suatu daerah, sehingga diperlukan perancangan suatu strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan keunggulan-keunggulan dari suatu objek wisata sehingga dapat mendorong minat masyarakat untuk berkunjung dan menikmati keindahan alam yang ditawarkan.

Berdasarkan paparan masalah di latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Strategi Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove”**

1.2 Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan.

1. Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu.
2. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya
3. Hutan Mangrove adalah jenis hutan yang terdiri atas formasi dari tumbuhan yang spesifik, dan umumnya dijumpai tumbuh dan berkembang pada kawasan pesisir yang terlindung di daerah tropika dan subtropika.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan Hutan Mangrove?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimanakah strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan Hutan Mangrove.

© Kegunaan Penelitian

Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah referensi kepustakaan difakultas dakwah dan komunikasi program studi ilmu komunikasi, serta menjadi rujukan bagi peneliti-peneliti berikutnya yang membahas permasalahan terkait.

Kegunaan Praktis

1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang mempromosikan Hutan Mangrove.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai Hutan Mangrove bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN SUSKA Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU



Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari; Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematik penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Termasuk di dalamnya kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM (SUBJEK PENELITIAN)

Bab ini berisikan gambaran umum tentang lokasi penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan uraian secara umum tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini berisi teori-teori yang akan digunakan dalam menganalisis hasil penelitian yang didapatkan dilapangan. Selain itu, penggunaan teori dimaksudkan untuk memperkuat gagasan atau argumen penelitian secara ilmiah. Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.1. Komunikasi

1) Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik secara individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia.⁶ Komunikasi juga dapat diartikan sebagai bentuk interaksi manusia yang saling berpengaruh mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.⁷

Laswell menerangkan bahwa cara terbaik untuk menerangkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan: *Who Says What in Which Channel To Whom What Effect* (Siapa Mnegatakan Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Jawaban dari pertanyaan paradigmatic Laswell merupakan unsur-unsur proses komunikasi yang meliputi: komunikator, pesan media. Komunikan dan efek. Paradigma tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Who*: Kommunikator, *orang* yang menyampaikan pesan
2. *Says What*: Pernyataan yang didukung oleh lambing-lambang

⁶Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2013), 11
⁷Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada, 2012), 20



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. *In Which Channel*: Media; sarana atau saluran yang mendukung pesan yang disampaikan
4. *To Whom*: Komunikan; orang yang menerima pesan.
5. *With What Effect*: Efek dampak sebagai pengaruh pesan atau dapat juga dikatakan sebagai hasil dari proses komunikasi.⁸

2) Unsur Komunikasi

Adapun unsur ataupun elemen yang mendukung terjadinya suatu komunikasi sebagai berikut:

1. Sumber
Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator (source, sender).
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 biasa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.
3. Media
Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.
4. Penerima
Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran yang dikirim oleh sumber. Penerima biasa terdiri dari satu orang atau lebih, biasa dalam bentuk kelompok, organisasi atau Negara. Penerima adalah elemen yang penting dalam proses komunikasi, karena yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang

seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena ini, pengaruh biasa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6. Tanggapan balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Tetapi, sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

7. Lingkungan

Lingkungan atau situasi adalah faktor - faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.⁹

3) Komunikasi Pemasaran Dalam Promosi

Sebagai dasar kegiatan pengembangan promosi adalah kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses pemindahan pengertian dalam bentukgagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual, dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Kotler dan Amstrong yang dikutip dalam Rachmayanti dan Rina (2018) dalam pengembangan program komunikasi dan promosi terintegrasi yang efektif pemasar harus melakukan beberapa hal seperti melakukan identifikasi sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan,



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memilih media untuk mengirimkan pesan, memilih sumber pesan dan mengumpulkan umpan balik.¹⁰ Menurut Gitosudarmo, komunikasi efektif meliputi langkah-langkah, antara lain:¹¹

1. Mengidentifikasi Target Audiens

Komunikasi ini dapat efektif apabila sasarannya jelas. Dalam hal ini sasarannya adalah pembeli potensial, pemakai, penentu keputusan serta pihak-pihak yang dapat memberi pengaruh dalam proses keputusan pembelian.

2. Menentukan Respon yang Diinginkan

Respon yang diinginkan bagi setiap pemasar adalah pembelian saat itu juga, namun juga tidak memungkinkan dapat terjadi pembelian untuk masa yang akan datang. Hal ini disebabkan jalan untuk mengadakan pembelian tersebut melalui proses yang tidak singkat bagi konsumen untuk menentukan keputusan membeli. Tahap-tahap kesiapan pembeli, yaitu berupa tahap kesadaran, tahap pengetahuan, tahap menyukai, tahap preferensi, tahap keyakinan dan tahap pembelian.

3. Perancangan Pesan

Setelah tanggapan yang diinginkan sudah diketahui atau sudah didapatkan, perusahaan perlu menyusun pesan yang tepat. Pesan ini harus menarik dan mampu membangkitkan minat serta keinginan kuat untuk membeli. Persoalan yang muncul pada perancangan pesan, yaitu berupa apa yang hendak dikatakan (isi pesan), bagaimana menyampaikan pesan secara logis (struktur pesan), bagaimana menyampaikan secara simbolik (format pesan), memilih media, memilih penghubung sumber komunikasi dan memilih umpan balik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ratika Zahra, Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT di Kota Bandung, (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 6 No. 1 2018), 16

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), 293



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

1.2. Konsep Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Agar promosi berjalan efektif, perusahaan harus menyusun strategi dalam memasarkan produknya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu siasat perang, rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Menurut Gitosudarmo promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Strategi promosi merupakan kegiatan komunikasi dengan konsumen yang dilakukan melalui penyampaian pesan tentang kondisi suatu produk. Kegiatan promosi harus direncanakan dengan baik agar tercipta suasana yang kondusif dan konsumen dapat menjadi tahu, kemudian dapat tertarik dan senang pada produk yang dipromosikan. Selanjutnya konsumen diharapkan bersedia untuk mengeluarkan uang atau membeli produk yang dipromosikan tersebut.¹²

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa strategi promosi adalah kreativitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran". Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan promosi terintegrasi untuk mencapai strategi promosi yang efektif, antara lain :¹³

Mengidentifikasi Pemirsa Sasaran (berhubungan dengan segmentasi pasarnya). Target *audience* bisa merupakan individu, kelompok masyarakat khusus atau umum.

Mengidentifikasi Pemirsa Sasaran (berhubungan dengan segmentasi pasarnya). Target *audience* bisa merupakan individu, kelompok masyarakat khusus atau umum.

Merancang Pesan, Ini berhubungan dengan isi pesan struktur pesan,

¹²Ibid, 285

¹³Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2013),23

dan format pesan.

4. **Memilih Media.** Terdapat dua jenis saluran, yakni saluran komunikasi pribadi (*personal communication channel*) dan saluran komunikasi non pribadi (*nonpersonal communication channel*).

Memilih Sumber Pesan. pesan yang disampaikan oleh sumber yang dapat dipercaya akan bersifat lebih persuasif. Ada tiga faktor yang menjadikan sumber pesan dipercaya, antara lain ahli, dapat dipercaya, dan disukai.

Mengupulkan Umpan Balik. Umpan balik komunikasi pemasaran mungkin menyarankan perubahan dalam program promosi atau dalam penawaran produk itu sendiri.

Menetapkan Total Anggaran Promosi. Ada empat metode umum yang digunakan untuk menetapkan anggaran promosi, antara lain metode terjangkau (*affordable method*), metode persentase penjualan (*percentage-of-sales method*), metode paritas kompetitif (*competitive-parity method*), dan metode tujuan dan tugas (*objective and task method*).

Menurut Tjiptono terdapat dua strategi pemasaran yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*) dan pemasaran tidak langsung (*indirect marketing*). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :¹⁴

Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi". Dalam direct marketing, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan, baik melalui telepon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasar. Teknik ini berkembang sebagai respon terhadap demasifikasi (pengecilan)

Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, (Yogyakarta:Andi), 45



pasar, di mana semakin banyak ceruk pasar (*market niche*) dengan kebutuhan serta pilihan yang sangat individual.¹⁵

Di satu sisi, dengan berkembangnya sarana transportasi dan komunikasi mempermudah kontak dan transaksi dengan pasar, di mana perusahaan relatif mudah mendatangi langsung calon pelanggan ataupun menghubungi via telepon atau surat. Banyaknya wanita yang bekerja juga turut andil bagi perkembangan direct marketing, karena semakin kurangnya waktu mereka untuk berbelanja. Faktor lain yang mendorong pertumbuhan direct marketing adalah panjangnya antrian di kasir sehingga menyebabkan konsumen harus sabar menunggu sekian lama baru dilayani, padahal mereka sangat diburu waktu.

Direct marketing merupakan komunikasi langsung untuk individu khusus dengan maksud mencari respon ataupun mengadakan dialog serta menawarkan kemampuan untuk membuat pesan secara bebas, dan menyediakan informasi tepat waktu serta sangat terkenal kemampuannya untuk menarik respons. Tujuan direct marketing adalah agar pesan-pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan.

Bentuk-bentuk komunikasi langsung menurut Kotler diantaranya adalah sebagai berikut :¹⁶

1. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Bentuk pertama dari direct marketing ini merupakan kunjungan penjualan yang dilakukan oleh para tenaga penjual atau armada penjual. Komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Sifat-sifat personal selling antara lain :

1. Personal confrontation, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung, dan interaktif antara dua orang atau lebih.



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

¹⁵ Ibid, Kotler, Philip., Keller, Kevin L, *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, (Jakarta: Erlangga, 2013), 22

2. Cultivation, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.
3. Response, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan, dan menanggapi.

Dalam metode ini mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karena penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli, dan penjual dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Namun karena menggunakan armada penjual yang relative besar, maka metode ini biasanya mahal. Di samping itu, spesifikasi penjual yang diinginkan perusahaan mungkin sulit dicari. Meskipun demikian, personal selling tetaplah penting dan biasanya dipakai untuk mendukung metode promosi lainnya.

2. Pemasaran Pengeposan Langsung (*Direct mail Marketing*)

Direct mail marketing adalah aktivitas promosi barang atau jasa yang langsung ditujukan kepada konsumen atau pelanggan melalui media surat (mail), kaset video, bahkan disket computer, dengan harapan dapat menciptakan transaksi langsung. Tetapi akhir-akhir ini tiga bentuk baru pengiriman pos telah menjadi populer, yaitu: surat fax yang memungkinkan pengiriman pesan medium-kertas melalui jaringan telepon. Surat fax memiliki keunggulan utama atas surat biasa yaitu pesan tersebut dapat dikirim dan diterima hampir sesaat. Selain surat *fax* ada juga *e-mail* (*electronic mail*) yang memungkinkan pengguna mengirim pesan atau file langsung dari komputer ke komputer lainnya dan surat suara (*voice mail*) yang merupakan suatu sistem untuk menerima dan menyimpan pesan lisan di alamat telepon.



- © 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.

3. Pemasaran Katalog (*Catalog Marketing*) / Brosur

Pemasaran melalui katalog adalah bentuk pemasaran langsung dimana perusahaan mengirimkan satu atau lebih katalog kepada konsumen atau calon konsumen dengan harapan penerima katalog akan memesan, dan juga bisa berbentuk brosur yang dibagi-bagikan kepada konsumen. Kemajuan teknologi yang cepat, bersama dengan gerakan menuju pemasaran yang dilakukan, satu lawan satu, telah menghasilkan perubahan dramatis dalam pemasaran melalui katalog (*catalog marketing*)/ brosur. Majalah katalog age biasa mendefinisikan katalog sebagai lembar cetakan yang di jilid yang sedikitnya terdiri dari 8 halaman, yang menjual berbagai produk, dan menawarkan mekanisme pemesanan langsung.

4. Telemarketing

Telemarketing adalah penjualan barang/jasa melalui telepon. Pemasar menggunakan pemasaran telepon keluar untuk menjual langsung kepada konsumen dan bisnis. Pemasaran jarak jauh (*telemarketing*) merupakan pemasaran yang menggunakan telepon untuk menjual langsung kepada konsumen. Banyak konsumen menghargai banyak tawaran yang mereka terima melalui telepon. Pemasaran jarak jauh yang didesain dan dibidikkan dengan semestinya memberikan banyak manfaat, yang meliputi kenyamanan pembelian dan peningkatan informasi produk dan jasa. Namun demikian terkadang dalam pemasaran telepon yang tidak diminta (*unsolicited telephone marketing*) telah mengganggu banyak konsumen yang keberatan atas panggilan telepon sampah (*junk phone call*).

5. Pemasaran televisi tanggap-langsung (*direct-response television marketing*)

Pemasaran televisi tanggap-langsung adalah pemasaran langsung melalui televisi, termasuk pengiklanan televisi tanggapan-langsung atau saluran belanja dari rumah (*home shopping channels*). Pemasar langsung menayangkan spot televisi, sering



berdurasi 60 sampai 120 detik yang secara persuasif menggambarkan sebuah produk dan memberi pelanggan nomor bebas pulsa untuk pemesanan. Penonton sering menjumpai program iklan 30 menit atau informesial untuk sebuah produk tunggal.

6. Pemasaran Kios (*Kios Marketing*)

Kios marketing adalah pemasaran melalui “mesin penerima pesan pelanggan”, yang ditempatkan di toko, bandara dan tempat-tempat lain. Banyak perusahaan menempatkan mesin-mesin informasi dan pemesanan disebut kios (berbeda dengan mesin penjual, yang mengeluarkan produk aktual) di toko-toko, airport, dan lokasi-lokasi lain. Para pemasar bisnis juga menggunakan kios, contohnya Down Plastics menempatkan kios di sejumlah pameran dagang untuk mengumpulkan informasi calon pelanggan dan memberikan informasi tentang produk-produknya. Sistem kios tersebut membaca data pelanggan dari lencana-lencana pendaftaran berkode dan menghasilkan lembaran-lembaran teknis yang dapat di cetak di kios atau di kirim melalui faks atau di kirim melalui surat kepada pelanggan.

Pemasaran Tidak Langsung (*Indirect Marketing*)

Penjualan tidak langsung merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Wujud penjualan tidak langsung (*Soft-sell*) dapat ditemui dalam bentuk iklan, humas, tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), dan pemasaran interaktif via internet secara tidak langsung. Berupaya memberitahu dan mempengaruhi pelanggan, promosi penjualan berupaya mendorong pembeli, membangun *public relation* dan memelihara citra perusahaan. Bentuk-bentuk Pemasaran tidak langsung:



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Surat kupon

Salah satu sifat yang terkandung dalam pemasaran adalah sifat insentif yaitu memberikan keistimewaan dan rangsangan yang bernilai bagi pelanggan. Dengan adanya surat kupon ini bisa menarik minat masyarakat dan menambah loyalitas pelanggan.

2. Hubungan masyarakat (public relation)

Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menanggapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.

3. Blogging

Adalah Web global jejaring komputer yang luas dan berkembang pesat. Dewasa ini jejaring komputer publik yang luas itu mengaitkan pengguna computer di seluruh dunia. Semua orang dengan PC, modem, dan perangkat lunak yang sesuai dapat menjelajah internet untuk memperoleh atau berbagai informasi tentang hampir semua pokok bahasan dan untuk berinteraksi dengan pengguna lain.

4. Media sosial/media massa

Terdiri dari komunikasi tidak personal, searah, dan pesan yang direncanakan dengan dukungan dari pesan sponsor. Didesain untuk memperluas dukungan khalayak dengan memengaruhi sikap dan tingkah lakunya.

2.1.3. Konsep Strategi Promosi Pariwisata

Hasan yang dikutip dalam Abdiel, Sunarti dan Edriana,¹⁷ Promosi merupakan variabel khusus pemasaran untuk menarik perhatian wisatawan potensial ke destinasi tertentu dan menikmati berbagai kegiatan yang dirancang dalam pariwisata. Dalam bisnis promosi dimaknai untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan wisatawan – baik secara langsung maupun tidak langsung – tentang suatu produk atau brand yang dijual kepada calon wisatawan tentang produk yang ditawarkan

¹⁷ Ediriana, dkk, Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang (Kabupaten Malang, Universitas Brawijaya, 2017), 54

dengan memberitahukan tempat-tempat di mana orang dapat melihat atau melakukan pembelian pada waktu dan tempat yang tepat. Cara berpromosi berbeda-beda, tergantung dimana akan berpromosi, online atau offline atau kombinasi keduanya. Adapaun strategi promosi dalam mempromosikan suatu objek wisata adalah sebagai berikut :

Periklanan Advertising

Iklan adalah promosi barang jasa, perusahaan dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Pemasaran melihat iklan sebagai bagian dari strategi promosi keseluruhan. Media iklan berupa media cetak seperti koran, pamflet, brosur, leaflet, spanduk, baliho. Media iklan berupa elektronik seperti televisi, radio, dan internet.

Sales Promotion

Promosi penjualan merupakan unsur utama dalam kampanye pemasaran yang merupakan kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

3. Penjualan perseorangan

Metode penjualan yang dipersonalisasi yang menggunakan interaksi orang-ke-orang antara perwakilan penjualan dan calon pelanggan untuk memengaruhi keputusan pembelian pelanggan

Hubungan Masyarakat (Public Relation)

Hubungan masyarakat meliputi berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan ataupun masing-masing produknya.

Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

adalah teknik marketing dengan melakukan kontak langsung dengan pelanggan tanpa perantara, entah itu melalui telemarketing ataupun email. Teknik ini otomatis membuat hubungan dengan pelanggan terasa lebih personal.



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



UIN SUSKA RIAU

1.4. Pariwisata

World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan pariwisata sebagai aktifitas yang dilakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis, dan keperluan lain-lain. Konsep pariwisata mengandung kata kunci ‘perjalanan’ (tour) yang dilakukan seseorang, yang melancong demi kesenangan untuk sementara waktu, bukan untuk menetap atau bekerja.¹⁸ Menurut Sunarti dan Edriana, jika pada awalnya kegiatan melancong adalah untuk kesenangan belaka, kini kegiatan tersebut menjadi sesuatu yang harus direncanakan, dilaksanakan dan dinikmati secara serius, yang kemudian mengakibatkannya menjadi tidak lagi sederhana.

Pengertian pariwisata menurut Salah Wahab bahwa: Pariwisata merupakan perpindahan sementara organisasi dari bermacam-macam tempat tinggal, iman dan agama, dan yang mempunyai pola hidup yang berbeda, beragam harapan, banyak jenis kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai, serta motivasi-motivasi yang tidak dapat dibuat standarnya karena kesemuanya ini adalah ungkapan pikairan dan endapan perasaan serta tingkah laku yang berubah dalam jangka panjang menurut tempat dan waktu.¹⁹

Sementara Karyono memberikan definisi secara umum dan secara teknis mengenai pariwisata secara umum, definisi pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Sedangkan definisi secara teknis, bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang

¹⁸ Ibid,
¹⁹ Salah Wahab, *Manajemen Kepariwisata*, (Jakarta :Penerbit Pradnya Paramita, 1992),

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



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

diadakan oleh pemerintah ataupun masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.²⁰

Pariwisata bisa ditinjau dari berbagai sudut pandang dimana belum ada keseragaman sudut pandang. Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan di atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa orang yang melakukan perjalanan akan memerlukan berbagai barang dan jasa sejak mereka pergi dari tempat asalnya sampai di tempat tujuan dan kembali lagi ke tempat asalnya. Munculnya produk barang dan jasa ini disebabkan adanya aktivitas rekreasi yang dilakukan oleh wisatawan yang jauh dari tempat tinggalnya. Dalam hal ini mereka membutuhkan pelayanan transportasi, akomodasi, catering, hiburan, dan pelayanan lainnya. Jadi, produk industri pariwisata adalah keseluruhan pelayanan yang diterima oleh wisatawan, mulai meninggalkan tempat tinggalnya (asal wisatawan) sampai pada tujuan (daerah tujuan wisata) dan kembali lagi ke daerah asalnya. Pariwisata dikatakan sebagai industri, karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Akan tetapi, industri pariwisata tidak

²⁰Hari, Karyono, *Kepariwisataan*, (Jakarta: Grasindo, 2013), 25



seperti pengertian industri pada umumnya, sehingga industri pariwisata disebut industri tanpa asap.²¹

Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (Goods and service) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya, selama dalam perjalanannya". Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapatlah dikatakan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan dari bermacam- macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan maupun traveller selama dalam perjalanannya.

Pariwisata ialah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuannya untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya dapat terpenuhi atau pariwisata dapat diartikan juga sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi lalu kembali ke tempat semula.

2.2 Penelitian Terdahulu

Salah satu peranan terpenting hasil penelitian adalah penelitian dapat menunjang teoritis bagi para peneliti lain. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Kajian	Perbedaan	Hasil
1	Nisa Amalia dan Farid Hamid (2016)	Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong	Perbedaan Dengan penelitian ini adalah pada strategi yang digunakan seperti periklanan, sales promosi, personal seling, hubungan dengan masyarakat, word of mouth marketing dan pemasaran yang	Hasil penelitian yang diperoleh, Kompepar Giriharja menjalankan promotion mix yang meliputi word of mouth, public relations, personal selling, event, eksibisi, merchandise, publikasi, dan website internet. Dari keseluruhan bentuk promosi, prioritas utama

²¹ A, Yoeti, Oka , *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 2012), 65



UIN SUSKA RIAU

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

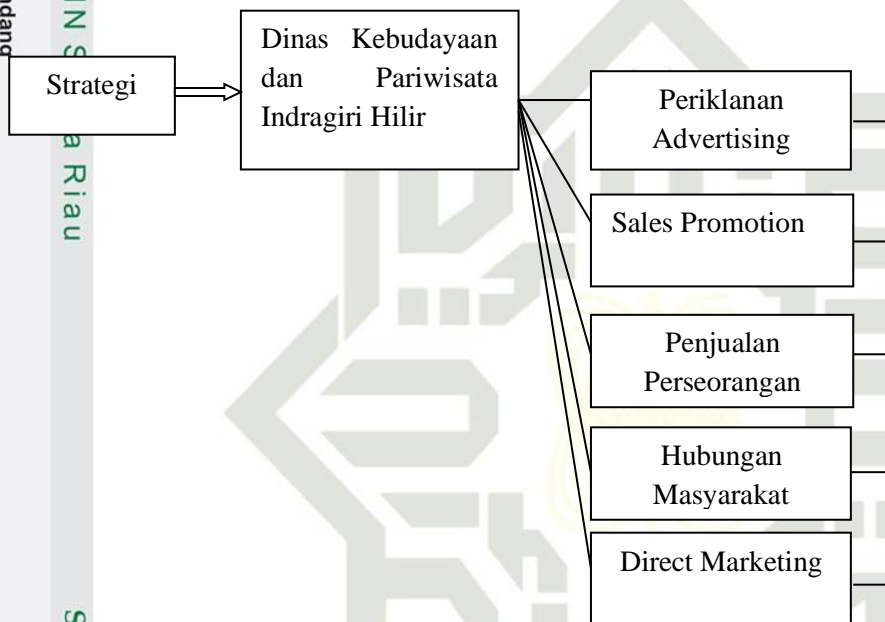
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

			dilakukan secara langsung.	promosi dilakukan melalui event dan public relations. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Kompepar Giriharja belum merumuskan strategi promosi secara komprehensif dan terintegrasi.
Abdiel, Sunarti dan Eriana (2018)	Analisis Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisata di Taman Hutan Kota (Taman Bodas)		Dalam penelitian ini terletak pada wisata yang digunakan sebagai objek penelitian	Hasil penelitian didapat bahwa strategi promosi Taman Hutan Kota (Taman Bodas) Batu dalam upaya Meningkatkan kunjungan wisata.
Veni Fitria (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dalam menarik minat pengunjung objek wisata pantai solop		Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan sementara penelitian yang akan dilaksanakan membahas mengenai strategi promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan periklanan, sales promosi, personal seling, hubungan dengan masyarakat, word of mouth marketing dan pemasaran yang dilakukan secara langsung	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir untuk menarik Minat pengunjung objek wisata pantai solop, dapat ditarik kesimpulan tahapan strategi komunikasi ada empat macam yaitu: perencanaan, pengusulan, persiapan teknis, dan pelaksanaan program

Sumber: Olahan penelitian, 2022

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir digunakan untuk memudahkan penelitian ini dalam mencari jawaban dalam permasalahan yang telah dirumuskan dan perlu dijabarkan secara konkret dalam konsep teoritis agar mudah dipahami. Dalam penelitian ini yang menjadi bahasan utamanya adalah bagaimana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Dimana peneliti berusaha menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, kemasyarakatan, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama.²²

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir. Sedangkan waktu penelitian adalah setelah dilaksanakannya seminar proposal.

3. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung atau pihak pertama. Data ini dikumpulkan untuk menjawab riset penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil secara langsung dari sumbernya yaitu wawancara di kantor Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia yang di terima oleh peneliti secara tidak langsung atau melalui perantara yang dikeluarkan oleh organisasi atau pemerintahan sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan. Di dalam penelitian ini yang menjadi data

²² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 80



sekunder adalah laporan data atau dokumentasi yang ada di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir.

4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bias diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.²³ Informan penelitian terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Informan Kunci (key Informan) merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal, misalnya akademisi, budayawan, tokoh agama dan tokoh masyarakat.²⁴ Informan kunci pada penelitian ini adalah Kepala, 1 orang sekretaris, 1 orang seksi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata, dan 1 orang seksi Pemasaran dan Promosi di Dinas Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir.
2. Informan Tambahan yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tentang masalah yang diteliti.²⁵ Informan tambahan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang pengunjung di lokasi wisata hutan mangrove. .

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.²⁶ Teknik wawancara di dalam penelitian ini dilakukan secara mendalam yaitu tatap

²³BurhanBungin, *Analisis Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 52.

²⁴ArdiantoElvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 62.

²⁵Ardianto Elvanaro, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 12.

²⁶Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, Jakarta, 2012), 100.



muka langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Melalui wawancara diharapkan dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat, sebab selama wawancara berlangsung peneliti dapat meminta penjelasan informasi yang dibutuhkan. Wawancara dalam penelitian ini ditujukan kepada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir dan 3 orang Pengunjung Hutan Megrove.

Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif, pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara pengamatan dan penelitian secara langsung kelapangan dan memperoleh data subjektif yang berkaitan dengan persoalan yang di bahas. Berdasarkan pelaksanaannya observasi dibagi dalam dua jenis, yaitu observasi pasrtisipasi dan observasi non partisipasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Observasi Non Partisipasi, hal ini dikarenakan peneliti tidak terlibat secara langsung kedalam bagian yang diteliti. Akan tetapi diluar dari bagian yang diteliti yang sesuai dengan permasalahan yang diambil dan diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam metode pengumpulan data. Dokumentasi biasa berbentuk dokumen publik (berita surat kabar, transkrip acara TV dan yang lainnya) atau dokumen privat (memo, surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu dan yang lainnya).²⁷ Dokumentasi ini yaitu penulis mengambil data-data yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Indragiri Hilir.

3.6 Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data

²⁷Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012),

sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Validitas data yang penulis gunakan disini yaitu triangulasi data.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi, diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.²⁸

3. Teknik Analisis Data

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

Setelah data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber yang dilakukan kepada staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir, dan pengunjung sebagai bentuk pencarian data lapangan yang kemudian peneliti analisis. Penulis akan membahas mengenai uraian dan analisis data-data, yang sekaligus menguraikan hasil yang penelitian yang dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir yaitu mengenai model Strategi yang digunakan Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove.



UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

²⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), 83.



BAB IV GAMBARAN UMUM

Gambaran Umum Kabupaten Indragiri Hilir

1.1 Letak Geografis/Keadaan Alam

Kabupaten Indragiri Hilir (Inhil) resmi menjadi daerah Tingkat II berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1965 (LN RI No 49), Daerah ini terletak dibagian selatan Provinsi Riau dengan luas wilayah 18.812.97 Km yang terdiri dari daratan 11.605.97 Km, perairan 7.207 Km (perubahan umum 889 Km dan laut 6.318 Km) serta memiliki garis pantai sepanjang 339,5 km dalam posisi 0° 36' L, 1° 07' Lintang Selatan, 102° 30' Bujur Timur dan 104° 10' Bujur Timur. Adapun batas-batas wilayah Kabupaten Indragiri Hilir adalah:

Sebelah Utara : Kabupaten Pelalawan

Sebelah Selatan : Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Provinsi Jambi)

Sebelah Barat : Kabupaten Indragiri Hulu

Sebelah Timur : Provinsi Kepulauan Riau

Kabupaten Indragiri Hilir sangat dipengaruhi oleh pasang surutnya air sungai/parit, dimana sarana perhubungan yang dominan untuk menjangkau daerah satu dengan daerah lainnya adalah mengukur melalui sungai/parit-parit dengan menggunakan kendaraan speed boat maupun kompong dan perahu. Dimana sungai- sungai yang utama didaerah ini adalah sungai Indragiri yang berasal dari Danau Singkarak (Provinsi Sumatera Barat) yang bermuara di Selat Berhala Untuk mengetahui lebih jelas mengenai sungai-sungai yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

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



Tabel 4. 1 Sungai-sungai yang berada di Wilayah Kabupaten Indragiri Hilir

No	Nama Sungai	Berada di Kecamatan
	Sungai Indragiri	Tempuling Tembilahan Kuala Indragiri
	Sungai Gaung	Gaung Gaung Anak Serka
	Sungai Anak Serka	Gaung Anak Serka Batang Tuaka
	Sungai Guntung	Kateman Teluk Belengkong
	Sungai Danai	Pulau Burung
	Sungai Kateman	Kateman Pelangiran
	Sungai Batang Tuaka	Batang Tuaka
	Sungai Enok	Enok
	Sungai Gangsal	Reteh
10	Gangsal	Keritang
11	Sungai Keritang	Kemuning Keritang
12	Sungai Reteh	Reteh
13	Sungai Terab	Reteh

Sumber: BPS Kab. Indragiri Hilir

1.1.2 Iklim dan Curah Hujan

Kabupaten Indragiri Hilir terletak pada dataran rendah atau daerah pesisir Timur dengan ketinggian <500 meter dari permukaan laut, maka daerah ini merupakan daerah rawa-rawa yang beriklim tropis basah. Curah hujan tertinggi terjadi pada bulan November 2022 yaitu sebesar 274,4 mm dan terendah pada bulan Februari 2022 yaitu 13,3mm, sedangkan rata-rata hari hujan tertinggi terjadi pada bulan November 2022 sebanyak 15 hari dan terendah terjadi pada bulan Februari 2022 sebanyak 2 hari.

Pada musim kemarau kadang-kadang hujan tidak turun beberapa bulan lamanya (antara 1-2 bulan), sehingga sedikit menimbulkan kesulitan tersedianya air bersih, maupun pengairan persawahan dan sebagainya. Akibat terdesak air tawar ke hulu sungai oleh air asin laut yang sangat mempengaruhi kesuburan tanahnya.

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

Wilayah Kabupaten Indragiri Hilir ada beberapa di Kecamatan Kemuning dan Keritang yang merupakan dataran tinggi, dimana air asin laut tidak berpengaruh terhadap lahan pertanian. Angin yang bertiup sepanjang tahun 2017 adalah angin utara dan angin selatan. Pada waktu angin utara terjadi musim gelombang mengakibatkan air pasang yang cukup tinggi dan membawa air laut berkadar garam jauh ke hulu sungai/parit. Sehingga berpengaruh terhadap tingkat kesuburan tanah bagi tanaman Perkebunan Kelapa, Padi, Palawija dan tanaman lainnya.

Keadaan Pemerintahan

Pembentukan Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir dikukuhkan dengan Undang-undang Nomor 6 Tahun 1965. Pada tahun 2022 wilayah administrasi Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir terdiri dari 20 Kecamatan, 39 Kelurahan dan 197 Desa.

Secara administrasi Kabupaten Indragiri Hilir dipimpin oleh seorang Bupati dengan seorang Wakil Bupati. Dalam melaksanakan tugasnya Bupati dibantu oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SPKD), terdiri dari 1 Sekretaris Daerah, 1 Sekretaris DPRD, 7 Badan, 14 Dinas dan 20 Kecamatan. Sekretaris Daerah membawahi 3(tiga) asisten yaitu;

- 1) Asisten Praja (1)
- 2) Asisten Ekonomi dan Pembangunan (II)
- 3) Asisten Administrasi (III)

4.1.4 Keadaan Penduduk (Demografi)

Masalah penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir sama halnya seperti daerah lain di Indonesia, dimana untuk mencapai manusia yang berkualitas dengan jumlah penduduk yang tidak terkendali akan sulit tercapai. Program kependudukan yang meliputi pengendalian kelahiran, menurunkan tingkat kematian bagi bayi dan anak, perpanjangan usia dan harapan hidup, penyebaran penduduk yang seimbang serta pengembangan potensu penduduk sebagai modal pembangunan yang harus ditingkatkan.

Pada tahun 2022 berjumlah 662.305 jiwa. rata-rata jiwa per rumah tangga adalah 4 jiwa. kecamatan yang paling banyak penduduknya adalah kecamatan tembilahan yaitu 69.524 jiwa dan kecamatan yang paling



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

sedikit jumlah penduduknya adalah kecamatan sungai batang yaitu 11.826 jiwa. Dilihat komposisinya penduduk laki-laki lebih banyak dari pada penduduk perempuan. Penduduk laki-laki berjumlah 361.315 jiwa, penduduk perempuan berjumlah 342.419 jiwa dengan sex ratio sebesar 105,61. Kepadatan penduduk di Kabupaten Indragiri Hilir adalah 61 jiwa per km² kecamatan yang paling padat penduduknya adalah di Kecamatan Sembilahan dengan tingkat pendapatan 375 jiwa per km², sedangkan kecamatan yang paling jarang penduduknya adalah Kecamatan Batang Tuaka dengan Tingkat Pendapatan 27 jiwa per km²

4.1.5 Agama

Mayoritas penduduk Kabupaten Indragiri Hilir memeluk agama Islam. Hal ini dapat digambarkan dari banyaknya jumlah Masjid dan Surau/musolla sebagai tempat ibadah umat islam. Tempat ibadah sangat penting selain digunakan sebagai tempat ibadah, biasanya juga digunakan sebagai tempat menuntut ilmu, pembinaan, dan lain sebagainya.

Pada tahun 2022 Masjid berjumlah 846, Surau berjumlah 756, Mushola berjumlah 54, Gereja berjumlah 1, Klenteng berjumlah 3, Vihara berjumlah 6.

4.1.6 Keadaan Sosial dan Budaya

Berhasil atau tidaknya pembangunan suatu bangsa banyak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan penduduknya. Semakin maju pendidikan berarti akan membawa berbagai pengaruh positif bagi masa depan berbagai bidang kehidupan. Demikian pentingnya peranan pendidikan, tidaklah mengherankan kalau pendidikan senantiasa banyak mendapat perhatian dari pemerintah maupun masyarakat. Gambaran secara umum perkembangan pendidikan di Kabupaten Indragiri Hilir sebagai berikut; Pada tahun 2022 Sekolah Dasar berjumlah 517, murid 77.949 dan guru 5.501 dengan rasio murid terhadap guru 16.84 dan murid terhadap sekolah 163.87.

Data statistik pendidikan menengah bersumber pada SMP dan SMU di lingkungan Dinas Pendidikan dan Departemen Agama Kabupaten Indragiri Hilir. Pada tahun 2022 terdapat 98 SMP dengan jumlah murid



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

19.760 dan jumlah guru 1.564, 40 SMU dengan jumlah murid SMU 11.232 dan guru 1.003 sedangkan rasio murid terhadap guru SLTP 12,81 rasio murid terhadap guru SMU 14,06. Angkaangka tersebut cukup baik dibandingkan dengan keadaan tahun sebelumnya.

Pembangunan bidang kesehatan bertujuan agar semua lapisan masyarakat dapat memperoleh pelayanan kesehatan secara merata dan murah. Dengan tujuan tersebut diharapkan akan tercapai derajat kesehatan yang baik, yang pada gilirannya memperoleh kehidupan yang sehat dan produktif. Pada tahun 2022 terdapat sebuah rumah sakit, 25 puskesmas 115 puskesmas pembantu, sedangkan jumlah para medis 75 orang yang terdiri dari 6 dokter spesialis, 52 dokter umum dan 17 dokter gigi.

4.2 Gambaran Umum tentang Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir

Kabupaten Indragiri Hilir merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi pariwisata, seni maupun budaya serta masih ada potensi daerah lainnya yang masih terpendam dan tidak banyak diketahui oleh masyarakat luas. Sebagian potensi tersebut sudah layak jual sebagai objek wisata, seni maupun budaya yang mempunyai peluang untuk menarik pengunjung yang meminatinya. Beberapa objek wisata yang sudah layak jual misalnya ada Pantai solop, Air terjun 86, Agrowisata kelapa, Telaga mablu, Rawa Gambut Pulau Cawan, Sungai Rukam, Wisata Alam Danau Raja, Bukit Berbunga, Air Terjun Tembulun Rusa, Even Wisata Menongkah, Makam Syekh Abdurrahman Siddiq, Wisata sampan leper dan masih banyak lagi yang masih belum diketahui oleh kebanyakan orang.

Disamping itu, Kabupaten Indragiri Hilir juga memiliki potensi kepemudaan dan keolahragaan yang apabila pemanfaatannya dioptimalkan, akan menjadi modal dan kekuatan pendukung bagi pembangunan daerah. Berikut ini adalah data pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata.



UIN SUSKA RIAU

Tabel 4. 2 Jumlah Pegawai Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir²⁹

No	Nama Sungai	Berada di Kecamatan
	S2	4
	SI	20
	DIII	2
	DII	1
	SMA/STM	15
	SMP/MTS	-
	SD	1
Jumlah		43

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

Dari tabel 4.1 tersebut diatas dapat kita lihat bahwa pegawai yang ada di Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata masih minim sekali dan masih ada lulusan SMA/STM . sehingga membuat promosi objek wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hilir kurang optimal.

Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir bertanggungjawab atas pengembangan dan pemasaran kebudayaan objek wisata Kabupaten Indragiri Hilir yang berupaya memenuhi tuntutan persaingan dan terus mengikuti perkembangan dalam berbagai bidang. Dalam upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hilir ini, pemerintah Kabupaten Indragiri Hilir memberikan wewenang kepada Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir sebagaimana yang terdapat dalam Peraturan Bupati Kabupaten Indragiri Hilir No 13 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Indragiri Hilir dimana Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana Pemerintah Kabupaten yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Berdasarkan peraturan daerah tersebut Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata mempunyai tugas sebagai berikut:

²⁹Wawancara dilakukan pada Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir, pada hari Selasa 06 Desember 2022, pukul 10:00 wib



UIN SUSKA RIAU

4.2.1

Tupoksi

Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata berdasarkan azas Otonomi dan pembantuan.

4.2.2

Fungsi

1) Perumusan kebijakan dibidang Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata.

2) Penyelenggaraan Urusan Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata serta pelayanan umum.

3) dan pelaksanaan tugas dibidang Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata.

4) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

4.2.3

Visi dan Misi

1) Visi :

Terwujudnya Kabupaten Indragiri Hulu sebagai kawasan wisata unggulan tahun 2020.

2) Misi :

1. Menata pariwisata daerah yang mengarah pada peningkatan dan perluasan usaha pariwisata
2. Menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam dan wisata yang dilakukan secara terarah, terencana dan terpadu.
3. Meningkatkan mutu insan dan kelembagaan pariwisata.

4.2.4

Struktur Organisasi

Struktur organisasi Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir Nomor 18 tahun 2008 tanggal 20 september 2008 adalah sebagai berikut:

Kepala Dinas

Sekretariat, terdiri dari :

1. Sekretaris

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

2. Sub Bagian Umum
3. Sub Bagian Program
4. Sub Bagian Keuangan

Bidang Budaya, terdiri dari:

1. Seksi Budaya dan Seni
2. Seksi Sejarah, Purbakala dan Museum

Bidang Pariwisata, terdiri dari:

1. Seksi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata
2. Seksi Pemasaran dan Promosi

Bidang Kepemudaan, terdiri dari:

1. Seksi Pengembangan Program Kepemudaan
2. Seksi Produktivitas Kepemudaan
3. Seksi Lembaga Kepemudaan

6) Bidang Keolahragaan dan Sarana, terdiri dari:

1. Seksi Kesegaran Jasmani
2. Seksi Olahraga dan Prestasi
3. Seksi Sarana dan Prasarana

2.5 Tugas Pokok dan Fungsi

1) Kepala Dinas

Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang mempunyai tugas melaksanakan tugas pokok dan fungsi pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata.

Dalam menyelenggarakan tugasnya sebagai Kepala Dinas mempunyai fungsi:

1. Menetapkan kebijakan di bidang pemuda, olahraga, budaya dan pariwisata
2. Merumuskan rencana strategis dan program kerja dinas yang sesuai dengan visi misi daerah.
3. Memberikan saran dan pertimbangan teknis kepada atasan
4. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala dinas sesuai dengan bidangnya.



UIN SUSKA RIAU

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

2) Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas merencanakan operasionalisasi, memberi tugas, member petunjuk, menyelia, mengatur, mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas kesekretariatan.

Dalam menyelenggarakan tugasnya sekretariat mempunyai fungsi:

1. Memimpin pelaksanaan tugas kesekretariatan yang meliputi subbagian penyusunan program, subbagian keuangan dan subbagian umum.
2. Menyusun rencana dan program kerja sekretariat
3. Mendistribusikan pekerjaan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan
4. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan bawahan
5. Membimbing kerja bawahan dan mengevaluasi hasil kerja bawahan dalam upaya meningkatkan produktivitas kerja
6. Menyelenggarakan kegiatan kesekretariatan yang meliputi perencanaan dan pengelolaan administrasi umum, administrasi perlengkapan, keuangan, kearsipan, asset dan kerumahtanggaan
7. Memfasilitasi pelayanan bidang kesekretariatan

Bidang Budaya

Bidang budaya mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata dibidang budaya dan seni, sejarah, purbakala dan museum.

Dalam menyelenggarakan tugasnya Bidang Kebudayaan mempunyai fungsi:

1. Penyusunan kebijakan teknis bidang
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan bidang
3. Pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural alam lingkup bidang
4. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Bidang Pariwisata

Bidang pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian dari tugas Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata dibidang pengembangan objek dan daya tarik wisata dan juga pemasaran dan promosi yang menjadi tugasnya.

Dalam menyelenggarakan tugasnya Bidang Pariwisata mempunyai fungsi:

1. Penyusunan kebijakan teknis bidang
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan bidang
3. Pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang
4. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang
5. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya

5) Bidang Kepemudaan

Bidang kepemudaan mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian dari tugas Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata dibidang pengembangan program kepemudaan, produktivitas kepemudaan dan lembaga kepemudaan.

Dalam menyelenggarakan tugasnya bidang kepemudaan mempunyai fungsi:

1. Penyusunan kebijakan teknis bidang
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan bidang
3. Pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang
4. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang

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

Bidang Keolahragaan dan Sarana

Bidang keolahragaan dan sarana mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian dari tugas Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata dibidang kesegaran jasmani dan rekreasi, olahraga dan prestasi, sarana dan prasana.

Dalam menyelenggarakan tugasnya bidang keolahragaan dan sarana mempunyai fungsi:

1. Penyusunan kebijakan teknis bidang
2. Penyelenggaraan program dan kegiatan bidang
3. Pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang
4. Penyelenggaraan evaluasi program dan kegiatan kepala seksi dan pejabat non struktural dalam lingkup bidang
5. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya



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



BAB VI PENUTUP

5. Kesimpulan

Dari penyajian data dan kemudian penulis menganalisa data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove menggunakan indikator Periklanan *Advertising*, *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), Penjualan perseorangan, Hubungan Masyarakat (*Public relations*), dan *Direct Marketing*. Adapun rincian dari indikator promosi wisata hutan mangrove adalah sebagai berikut: Pada strategi periklanan terbagi menjadi 3 bentuk. Pertama adalah iklan melalui media elektronik seperti Televisi dan Radio, Iklan melalui Media cetak Koran, dan Melalui mulut ke mulut. Pada strategi *sales promotion* dilaksanakan dengan melaksanakan even menarik di kawasan hutan mangrove seperti festival musik, panggung ceria, dan pertunjukan kuliner khas. Strategi dari penjualan perseorangan dengan menggunakan kerjasama dengan pihak pelaku wisata. Kerjasama ini dilaksanakan dengan membuat paket wisata mulai dari perjalanan wisata, penginapan disekitar hutan, pendampingan dan penjelasan dari pentingnya hutan mangrove untuk alam, dan pengenalan hasil olahan dari hutan mangrove tersebut. Hubungan masyarakat diwujudkan dengan mengajak sekolah menjadikan kawasan hutan mangrove sebagai kawasan pembelajaran berbasis kearifan lokal. Selain itu, hubungan masyarakat juga dilaksanakan dengan mengajak masyarakat bersama menjaga kelestarian hutan mangrove. Terakhir melalui *direct marketing* yang diwujudkan dengan melaksanakan sosialisasi. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir yaitu dengan melakukan sosialisasi langsung ke desa-desa yang dekat keberadaannya dengan lokasi mengenai pentingnya mengelola destinasi wisata karena merupakan aset pendapatan terbesar setiap daerah. Selain itu, kegiatan juga dilaksanakan dengan rutin mengikuti pameran wisata contoh pameran nasional yang diadakan yaitu Expo, disitu kami mengenalkan hutan mangrove serta mengisi *stand* yang disediakan di pameran.

1. Dilarang mengutip, menyalin, atau menyalin kembali isi dan gambar yang terdapat dalam buku ini tanpa izin dari penulis.
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2 Saran

Adapun saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir, agar lebih giat lagi dalam Mempromosikan dan Mensosialisasikan Program Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hilir. selain itu juga menambah media sosialisasi yang digunakan dan meningkatkan strategi komunikasi yang digunakan seperti bekerjasama dengan vloger dan selebgram untuk bersama mempromosikan wisata hutan mangrove.
 - a. Menjaga keamanan dan meningkatkan kebersihan agar pengunjung yang akan berwisata ke hutan mangrove Kabupaten Indragiri Hilir menjadi nyaman dan tenang, menambah dana agar proses bersosialisasi atau membuat event tertentu pada hari besar sehingga jumlah pengunjung semakin meningkat.
 - b. Agar peneliti selanjutnya dapat meneliti hal lain terkait dengan pengembangan wisata hutan mangrove di Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



DAFTAR REFERENSI

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Elviano, Elviano, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010
2. Elvanaro, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014
3. Yulianto, dkk. Hubungan Jumlah Objek Wisata, Hotel dan Biro Perjalanan dengan Jumlah Wisatawan ke D.I.Y,(*Pariwisata*, Vol. 8 No.2 September 2021
4. Yoeti, Oka , *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa, 2012
5. Burhan Bungin, *Analisis Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003
6. Angara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012
7. Andy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta: Andi
8. Diriana, dkk, Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang, Universitas Brawijaya, 2017
9. Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2013
10. Hari, Karyono, *Kepariwisata*, Jakarta: Grasindo, 2013
11. Mam Sunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* Jakarta: Bumi Aksara, 2013
12. Hendriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014
13. Kotler, Philip, and Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2013
14. Mahdayeni, dkk, manusia dan kebudayaan, (Manusia Sejarah Kebudayaan, Manusia Dalam Keanekaragaman Budaya, Manusia Dalam Keanekaragaman Budaya dan Peradaban, Manusia dan Sumber Pengehidupan), *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 7 Nomor 2, Agustus 2019
15. Nyoman Sudiarta, dkk. Usaha pemasaran pariwisata (modal destinasi pariwisata) panduan bagi pemasar destinasi pariwisata, Universitas Udayana, 2015



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

Katika Zahra, Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT di Kota Bandung, (Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 6 No. 1 2018

Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group, Jakarta, 2012

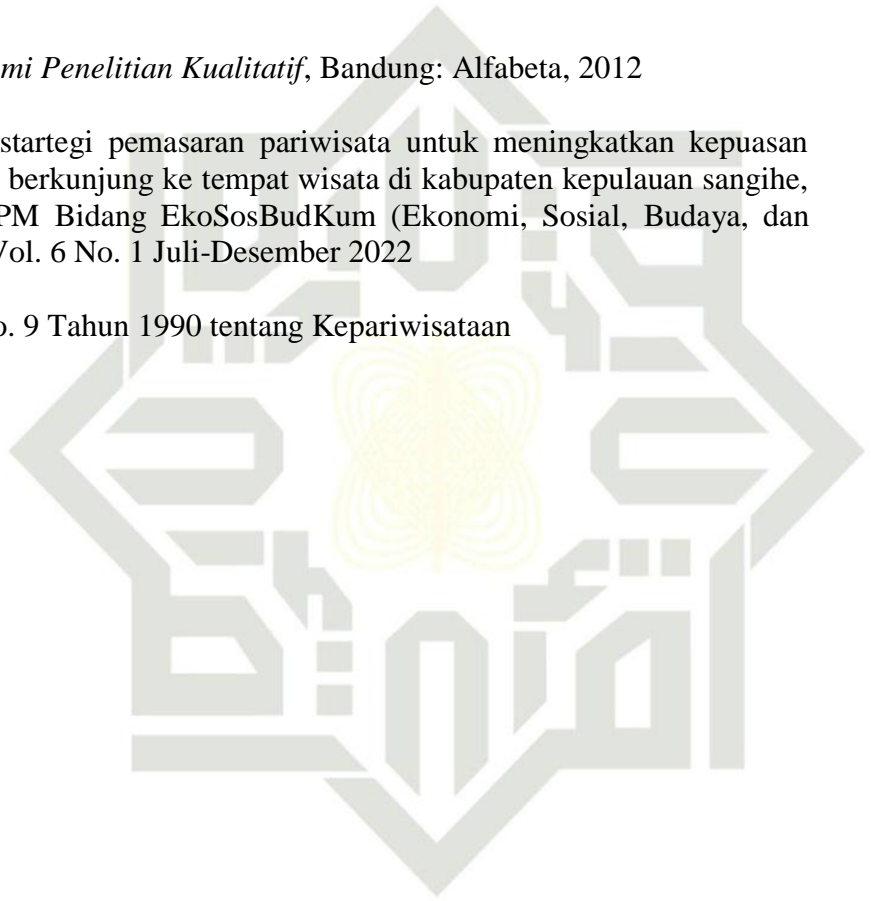
Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Bandung: Alfabeta, 2012

Wahab, *Manajemen Kepariwisata*, Jakarta :Penerbit Pradnya Paramita, 1992

Sujiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012

ristanty, analisis startegi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawan berkunjung ke tempat wisata di kabupaten kepulauan sangihe, Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), Vol. 6 No. 1 Juli-Desember 2022

Undang Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata



L A M P I R A N

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





LAMPIRAN

Lampiran I

Daftar wawancara Penelitian tentang Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove

Periklanan Advertising

- a. Bagaimana metode periklanan yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Hutan Mangrove?
- b. Siapakah target dan sasaran audience nya?
- c. Media apa saja yang digunakan dalam beriklan?
- d. Apakah dalam promosi Hutan Mangrove menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!
- e. Seberapa efektif metode yang digunakan?

Sales Promotion (Promosi Penjualan)

- a. Bagaimana bentuk promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove?
- b. Siapakah target dan sarannya?
- c. Media apa yang digunakan dalam promosi?
- d. Segmen mana saja yang dituju dalam promosi?
- e. Apakah dalam promosi Hutan Mangrove menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!
- f. Apakah dalam promosi Hutan Mangrove menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!
- g. Seberapa efektif metode ini? Apa kelebihan metode yang digunakan?
- h. Bagaimana cara mempertahankan agar promosi penjualan tersebut dapat menarik pelanggan?

3) Penjualan perseorangan

- a. Bagaimana promosi personal yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove?
- b. Siapakah target dan sarannya?
- c. Media apa yang digunakan?
- d. Apakah dalam promosi personal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove menggunakan media,

1. Hasil wawancara yang diinformasikan di atas, dapat disimpulkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove menggunakan media cetak dan media elektronik. Media cetak yang digunakan adalah brosur, sedangkan media elektronik yang digunakan adalah website, Instagram, Facebook, dan YouTube. Selain itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir juga menggunakan metode promosi personal yang dilakukan oleh staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir. Metode promosi personal yang digunakan adalah door to door, yaitu mendatangi langsung ke rumah-rumah penduduk di sekitar Hutan Mangrove untuk menawarkan tiket masuk ke Hutan Mangrove. Metode promosi personal ini dilakukan oleh staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dengan cara mendatangi langsung ke rumah-rumah penduduk di sekitar Hutan Mangrove untuk menawarkan tiket masuk ke Hutan Mangrove. Metode promosi personal ini dilakukan oleh staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dengan cara mendatangi langsung ke rumah-rumah penduduk di sekitar Hutan Mangrove untuk menawarkan tiket masuk ke Hutan Mangrove.

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



seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!

Berapa kali frekuensi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir melakukan kegiatan promosi personal?

Hubungan Masyarakat (Public relations)

a. Bagaimana cara Humas mempertahankan agar pengunjung tetap dapat menikmati wisata Hutan Mangrove, dengan kondisi banyak sekali kompetitor yang menjadi pesaing berat didunia wisata ?

Direct Marketing

b. Bagaimana kegiatan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove?

c. Apakah Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir juga melakukan pemasaran langsung melalui media sosial?

d. Siapakah target dan sasarannya?

e. Segmen mana saja yang dituju dalam pemasaran langsung?

f. Apakah dalam pemasaran langsung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Indragiri Hilir dalam memasarkan Hutan Mangrove menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!

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

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





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU