



NO.6067/KOM-D/SD-S1/2023

PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL PERAHU BAGANDUANG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



SKRIPSI

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

Oleh:

RINDANG GUSMA DEWI


NIM.11740324238

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
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	: Rindang Gusma Dewi
NIM	: 11740324238
Judul	: Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang.

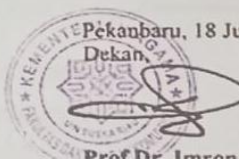
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari	: Senin
Tanggal	: 17 Juli 2023

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

Pekanbaru, 18 Juli 2023

Dekan,



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,



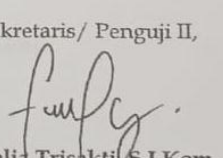
Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si
 NIP.19780605 200701 1 024

Penguji III,



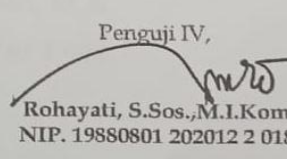
Mardhiah Rubani, M.Si
 NIP.19790302 200701 2 023

Sekretaris/ Penguji II,



Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
 NIP.19940213 201903 2 015

Penguji IV,



Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
 NIP. 19880801 202012 2 018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang

Disusun Oleh:

Rindang Gusma Dewi

NIM. 11740324238

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 05 Juli 2023

Pembimbing

Hayatullah Kurniadi, MA

NIP. 19890619201811004

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu komunikasi


Dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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


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

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

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

Nama : Rindang Gusma Dewi
 NIM : 11740324238
 Judul : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang

Telah Diseminarkan Pada:


Hari : Kamis
 Tanggal : 03 November 2022

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

Pekanbaru, 03 November 2022


Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,



Dr. Elfiandri, M.Si
NIP. 197003121997031006

Penguji II,



Rusyda Fauzana, M.Si
NIP. 198405042019032011



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Pekanbaru, 05 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 : Rindang Gusma Dewi
 NIM : 11740324238
 Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang

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,

Hayatullah Kurniadi, MA
 NIP. 196906192018011004

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rindang Gusma Dewi
 NIM : 11740324238
 Tempat/Tanggal Lahir : Pebaun Hulu, 28 Agustus 1999
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduag

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *Footnote* dan Daftar Pustaka. Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbeneran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penyabutan gelar yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Pekanbaru, 03 Juli 2023

Yang membuat pernyataan


 000001
 METERAI TEMPEL
 ED465AKX507619797

Rindang Gusma Dewi

NIM. 11740324238



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :
 Nama : Rindang Gusma Dewi
 NIM : 11740324238
 Tempat/ Tgl. Lahir : Pebaun Hulu, 28 Agustus 1999
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

**"PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
 KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL
 PERAHU BAGANDUANG"**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 26 Juli 2023
 Yang membuat pernyataan



Rindang Gusma Dewi
 NIM : 11740324238

- pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

ABSTRAK

Nama : Rindang Gusma Dewi
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang

Perencanaan komunikasi adalah tahapan yang harus dilakukan oleh setiap instansi guna menyukseskan rencana agenda yang dilaksanakan. Perencanaan komunikasi dapat dilakukan untuk mempromosikan suatu program. Perencanaan dan komunikasi memiliki keterkaitan satu sama lain karena tanpa adanya perencanaan komunikasi yang baik maka promosi dan pariwisata di suatu daerah tidak dapat berkembang dengan baik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam mempromosikan Festival Perahu Baganduang menggunakan empat tahapan yaitu pertama penemuan fakta yang berupa jumlah pengunjung, pelaksanaan festival hanya berlangsung satu hari dan minimnya tempat penginapan sekitaran pelaksanaan festival. Kedua perencanaan berupa menetapkan target sasaran, pelaksanaan promosi dan dana anggaran yang digunakan. Ketiga komunikasi berupa mempromosikan Festival Perahu Baganduang melalui media cetak, media elektronik, media online dan melalui kegiatan pameran serta pawai budaya dan untuk website resmi Dinas sudah tidak bisa di akses. Keempat evaluasi berupa perbaikan atas program yang dilaksanakan agar lebih baik kedepannya. Tahapan-tahapan ini penting dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Kata Kunci: Perencanaan komunikasi, Promosi, Festival Perahu Baganduang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRACT

Name : Rindang Gusma Dewi
Major : Communication Science
Title : *Communications planning for the Office of Tourism and Culture of Kuantan Singingi Regency in Promoting the Baganduang Boat Festival*

Communications planning is a stage that must be carried out by each agency in order to make the agenda plan successful. Communications planning can be done to promote a program. Planning and communications are related to each other because without good communication then promotion and tourism in an area cannot develop properly. The purpose of this study to find out how the communication planning of the Kuantan Singing district tourism and culture office promotes the Baganduang Boat Festival. This research is used qualitative research type. Findings of this the research showed that communications palnning which was done by Departement of Tourism and Culture of Kuantan Singingi Regency in promoting Baganduang boat festival used four stages, first fact about the number of visitor and the festival only lasts one day and there is a lack of accommodation around the festival. The second is planning in the form of setiing targets, implementing promotions and budget fund used. The third communications is in the form of promoting the Baganduang Boat Festival through print media, electronic media, online media and through exhibitions and cultural parades and the official website for the service is ni longer accessible. The fourth evaluation is in the form of an improvement program implemented so that it will be better in future. These stages are important to do to get maximum result.

KeyWord : *Communication planning, Promotion, Baganduang Boat Festival*

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.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis. Sholawat beriringan salam kepada Nabi Muhammad SAW karena atas perjuangan dan pengorbanannya dapat memberikan pelajaran dan teladan bagi umat islam. Bersyukur kepada Allah SWT atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul “**Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang**”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak sekali mendapatkan kendala dan kesulitan serta juga tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Akan tetapi Alhamdulillah berkat bimbingan, semangat, masukan dan dukungan dari orang-orang terdekat akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada almarhum Ayahanda **Suardi** dan Ibunda **Rita Rina**. Terimakasih atas segala cinta, kasih sayang dan juga dukungan yang selama ini diberikan kepada penulis. Dan juga penulis ucapkan terimakasih banyak kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas M.Ag, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I, II, dan III, serta seluruh Civitas Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I,II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Ibu Intan Kemala, S.Sos, M.Si selaku Penasehat Akademik yang memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga penulis menyelesaikan Studi
6. Bapak Hayatullah Kurniadi, M.A selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini sampai selesai
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang berharga dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi terkait penyusunan skripsi ini
9. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang sangat spesial penulis haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada kedua orang tua penulis yang tercinta, Almarhum Ayahanda Suardi dan Ibunda Rita Rina, Kakak Riska Pratama S.Sos, Serta adik Ramadi Apriko, Gusva Rianti Isnaini, Rija Maulika Anggraini dan Fajra Nada Nadifa atas dukungan dan doa restu, nasihat dan petunjuk dari mereka yang selalu mengiringi langkah penulis selama menempuh perkuliahan program sarjana ini yang tidak akan pernah penulis lupakan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

10. Terimakasih kepada Maryono S.M yang selalu ada dan selalu memberikan dukungan, motivasi, doa serta semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada teman-teman Public Relations E dan seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi S1 Angkatan 2017 yang sudah memberikan pengalaman, motivasi dan juga membantu peneliti selama perkuliahan dan menyelesaikan skripsi.
12. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri Rindang Gusma Dewi karena telah berjuang dan berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih ada kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan dan kelapangan hati tentunya penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan dimasa mendatang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 27 Juni 2023

Penulis

Rindang Gusma Dewi

NIM: 11740324238

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.6 Sistematika Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teori	13
2.2.1. Perencanaan Komunikasi	13
2.2.2. Promosi	25
2.2.3. Festival Pariwisata	27
2.3 Konsep Operasional	28
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Sumber Data Penelitian	31
3.4 Informan Penelitian	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Validitas Data	33
3.7 Teknik Analisis Data	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi.....	35
4.2 Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi.....	36
4.3 Festival Perahu Baganduang di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi	36

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian.....	39
5.2 Pembahasan	51

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	62
6.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

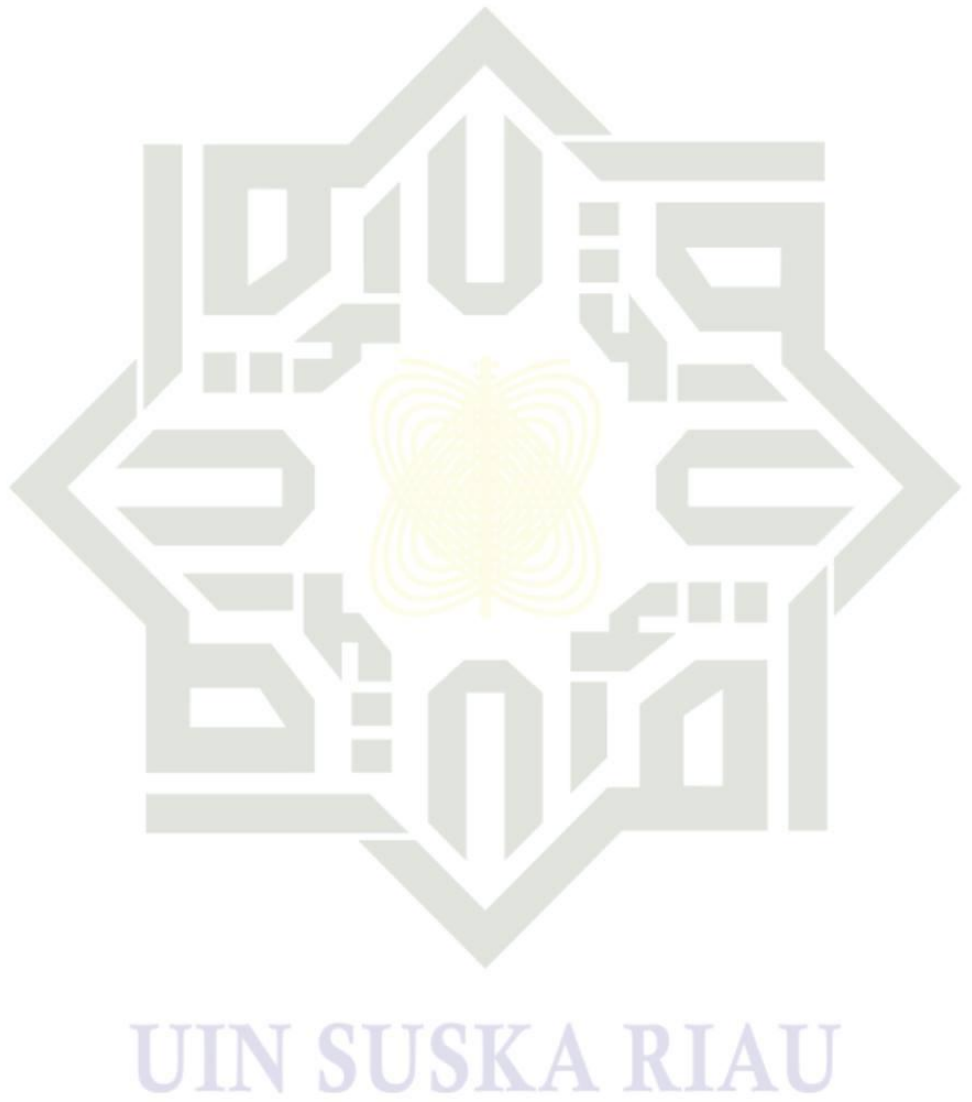


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan	2
--	---



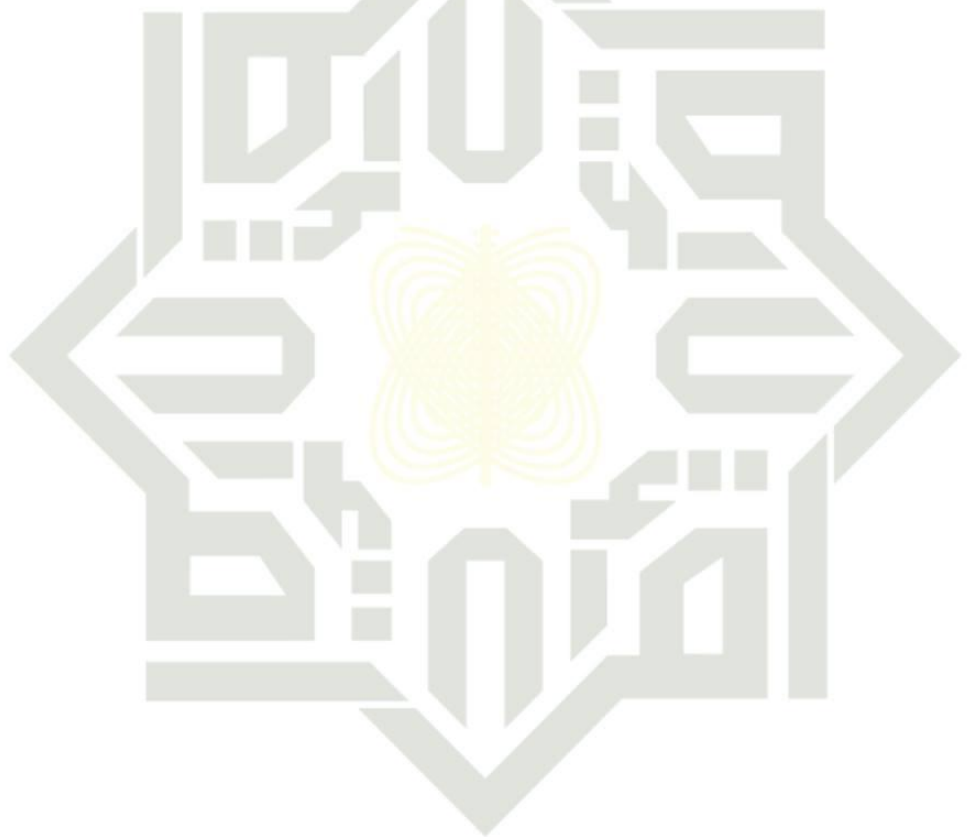


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	30
Gambar 5.1 Perahu Baganduang Warisan budaya Tak Benda dari Riau	40
Gambar 5.2 Flyer Festival Perahu Baganduang pada acara API Award	43
Gambar 5.3 Pawai Kebudayaan Di Kota Pekanbaru	47
Gambar 5.4 Prasi Pada Pameran Expo Riau International Fashion Festival ...	48
Gambar 5.5 Baliho Pelaksanaan Festival Perahu Baganduang.....	48



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Provinsi Riau memiliki sejumlah kabupaten yang memiliki tradisi dan budaya unik. Salah satunya yaitu Kabupaten Kuantan Singingi. Di Kabupaten ini, ada banyak macam budaya dan tradisi. Banyaknya macam tradisi serta budaya yang dimiliki oleh daerah Kuantan Singingi, ada satu tradisi budaya amat menarik serta mempunyai ciri tersendiri serta sudah ada dari dahulu hingga sekarang ini yang masih dilestarikan yaitu tradisi Festival Perahu Baganduang¹.

Di Kabupaten Kuantan Singingi lebih tepatnya berada di Kecamatan Kuantan Mudik mempunyai tradisi Perahu Baganduang yaitu perahu yang digandeng dua ataupun tiga buah lalu dirangkai menjadi satu, dengan memanfaatkan bambu, lalu setelah itu dihias menggunakan bermacam simbol adat yang memiliki makna simbolik, yang diberi nama gulang-gulang. Perahu baganduang dihias bermacam perlengkapan yang memiliki segi artistik seperti tonggak yang dikasih simbol, ornamen gambar, serta kubah mesjid, tanduk kerbau besar maupun yang kecil, carano, dan juga payung².

Festival Perahu Baganduang ini dilaksanakan pada saat hari ke empat atau kelima hari Raya Idul Fitri. Setiap desa yang berada di Kecamatan Kuantan Mudik dalam festival ini umumnya mengirimkan perwakilan perahunya untuk dinilai. Yang menilai yaitu dari pemuka adat serta niniak mamak yang akan memberi penilaian tentang keelokan dan perlengkapan adat yang ada pada perahu peserta, mempunyai kriteria baik, dari segi kesenian dan adat, akan menjadi pemenang³.

¹ Ella Gustina, "Tradisi Perahu Beganduang Di Lubuk Jambi Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi," 2017.

² Nurmalinda Widya Safitri, "Makna Simbol Budaya Dan Nilai Estetika Pada Tradisi Perahu Baganduang Di Desa Seberang Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau" 4 (2017).

³ Gusra Rianti, "Makna Simbolik Tradisi Perahu Baganduang Sebagai Kearifan Lokal Di Lubuk Jambi Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau," *JOM FISIP* 11, no. 02 (2014).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Festival Perahu Baganduang ini adalah tradisi serta aset budaya dan juga merupakan pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi yang harus terus dilestarikan. Festival Perahu Baganduang resmi dijadikan budaya daerah Kabupaten Kuantan Singingi pada tahun 2000 dan mengambil lokasi yang telah diwakafkan di samping jembatan panjang Desa Banjar Padang. Festival Perahu Baganduang ini adalah acara lomba yang memperkenalkan tradisi masyarakat Kuantan secara luas⁴.

Tradisi festival budaya yang terdapat di suatu daerah khususnya di Kecamatan Kuantan Mudik menyebabkan banyak wisatawan tertarik datang ke daerah tersebut untuk menyaksikan festival yang diselenggarakan. Terlebih lagi adanya arahan dari departemen Pariwisata dan Kebudayaan yang memiliki tujuan agar menyebarluaskan serta mengenalkan tradisi budaya keseluruhan masyarakat Indonesia, khususnya kepada masyarakat daerah itu sendiri.

Departemen Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia membuat program-program dan bekerjasama dengan seluruh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah. Itu merupakan salah satu langkah yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi atau mengurangi kasus pengambilan bahkan pencurian kebudayaan dan objek wisata oleh pihak pihak yang tidak bertanggung jawab.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan

NO	Tahun	Jumlah Kunjungan (Orang)
1	2016	2.700
2	2017	2.665
3	2018	2.337
4	2019	2.250
5	2022	2.511

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

⁴ Gustina, "Tradisi Perahu Beganduang Di Lubuk Jambi Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Data di atas menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan selama dari tahun 2016-2019 mengalami penurunan lalu tahun 2022 mengalami kenaikan yang jumlahnya hanya sedikit.

Kegiatan bisa berjalan dengan lancar dan baik jika sebuah perencanaan komunikasi dilakukan dengan baik. Perencanaan komunikasi merupakan proses pengalokasian sumber daya komunikasi guna memperoleh apa yang menjadi harapan organisasi, yang meliputi sumber daya seluruh kegiatan yang dibuat untuk merubah sikap. Perencanaan komunikasi melibatkan pengambilan keputusan, pengendalian dan menetapkan alokasi sumber-sumber daya komunikasi secara logis.

Perencanaan komunikasi menjadi pemahaman dari tiga komponen yakni kebijakan pembangunan dan publik, sistem infrastruktur komunikasi dan teknologi. Perencanaan komunikasi disebabkan karena tiga unsur yang menjadi kelengkapan yakni komponen kebijakan pembangunan dan prasarana yang ditunjang oleh teknologi. Perencanaan komunikasi memerlukan komponen-komponen komunikasi yang meliputi sumber, pesan, media, target sasaran dan efek. Perencanaan yang baik membutuhkan beberapa tingkatan dalam penerapannya maka dari itu bisa menjangkau sasaran yang dituju.

Sebuah perencanaan yang teratur terdapat kelebihan yang bisa dipercayakan, mempunyai kekurangan yang dijadikan untuk sebuah kesempatan yang baik serta mempunyai ancaman yang bisa dikurangi dengan maksimal. Perencanaan komunikasi yang bagus bakal menciptakan suatu model yang baik untuk digunakan dalam menciptakan suatu kebijakan masyarakat⁵. Maka perencanaan komunikasi dalam penyebaran informasi amat menunjang terkait rencana pengenalan festival budaya yang ada di Kuantan Singingi. Dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi melakukan perencanaan program yang akan dikomunikasikan dalam bentuk promosi. Maka dari itu masyarakat banyak bisa tahu, mengenal dan menyaksikan Festival Perahu Baganduang yang dilaksanakan di Kecamatan Kuantan Mudik.

⁵ Nurjanah, "Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis," *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 2 (2018): 96.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang”**.

1.2. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, mempermudah pemahaman, dan pengertian, berikut ini adalah penegasan istilah dalam penelitian ini yaitu:

1. Perencanaan Komunikasi

John Middleton mendefinisikan perencanaan komunikasi ialah mekanisme pengalokasian sumber daya komunikasi guna menjangkau apa yang diharapkan organisasi. Sumber daya tersebut bukan hanya meliputi media massa saja ataupun komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap kegiatan yang dibuat guna merubah sikap dan menghasilkan keahlian-keahlian tertentu diantara individu dan kelompok dalam cangkupan tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi⁶.

2. Promosi

Promosi adalah aktivitas untuk memberitahukan pesan tentang sebuah produk sehingga produk ini diingat oleh para konsumen, pesan-pesan ini merangsang mereka untuk melakukan penawaran terhadap produk⁷.

3. Budaya

Budaya merupakan suatu gaya dan aturan hidup yang terus tumbuh serta dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang yang diteruskan turun temurun. Budaya tercipta dari banyak komponen yang kompleks. Juga didalamnya ada praktik agama serta politik, bahasa, adat istiadat, bangunan, pakaian, serta karya seni. Di saat orang berusaha melakukan komunikasi dengan orang lain yang memiliki budaya berbeda serta mengadaptasikan ketidaksetaraan hal tersebut, mengartikan bahwa budaya itu diamati dan dialami. Budaya merupakan sebuah cara hidup yang menyeluruh. Budaya memiliki sifat abstrak⁸.

⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).Hlm 45

⁷ Allo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2010).Hlm 55

⁸ Sarinah, *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (Jakarta: Deepublish, 2016).Hlm 11



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang ?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini yaitu :

1. Sebagai penerapan ilmu yang didapat penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Untuk bisa dimanfaatkan sebagai menambah informasi, wawasan, pengetahuan dan juga acuan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dan ingin mengetahui lebih dalam tentang Perencanaan komunikasi dalam promosi

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis membagi penulisan dalam enam bab dengan uraian sebagai berikut: BAB I Pendahuluan Bab ini sebagai pembuka dalam

⁹ Safitri, "Makna Simbol Budaya Dan Nilai Estetika Pada Tradisi Perahu Baganduang Di Desa Seberang Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau."

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pembahasan skripsi ini, sekaligus sebagai pendahuluan, di sini akan diuraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, kemudian ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penelitian. Dilanjutkan BAB II kajian teori dan kerangka pikir Bab ini berisi uraian teori sebagai dasar pemikiran dan memberi arah dalam melakukan penelitian dan definisi konsep, di sini akan diuraikan kajian terdahulu, kajian teori, konsep operasional, dan kerangka pemikiran.

Selanjutnya BAB III metodologi penelitian Pada bab ini peneliti mengungkapkan metode penelitian yang digunakan, dan di sini akan diuraikan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data. BAB IV gambaran umum Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi tempat penelitian. BAB V hasil penelitian dan pembahasan Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian beserta pembahasannya. BAB VI penutup Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian. Terakhir di tutup dengan daftar pustaka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Penulis memanfaatkan beberapa kajian terdahulu untuk dijadikan perbandingan dan menjadi acuan penelitian yang dilakukan penulis, antara lain :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah tentang Perencanaan Komunikasi dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis yang mana rumusan masalahnya yaitu bagaimana perencanaan komunikasi dalam pengembangan potensi pariwisata Kabupaten bengkalis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi, yang mana observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen dilakukan sekaligus. Menjelaskan bahwa rencana strategis untuk pengembangan kawasan wisata yang sekarang menjadi inti ekonomi Kabupaten Bengkalis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan di hampir semua kecamatan, yang memiliki karakter dan potensi yang hampir sama, berdasarkan konten lokal di kawasan itu, seperti potensi wisata alam dan budaya. Proses perencanaan komunikasi melalui perencanaan komunikasi, perencanaan pesan, perencanaan media dalam pengembangan potensi pariwisata, dan evaluasi tahap dalam perencanaan komunikasi, yang menekankan pada model komunikasi sirkuler¹⁰.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh oleh Fasya Syifa Mutma tentang Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful Indonesia Sebagai *Place Branding* Indonesia. Rumusan masalah penelitiannya yaitu bagaimana perencanaan komunikasi pemasaran Wonderful Indonesia sebagai place branding Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian metode kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara dengan narasumber utama. Penelitian ini menjelaskan bahwa Kementerian pariwisata melaksanakan seluruh proses perencanaan komunikasi pemasaran yang mencakup tiga sumber daya

¹⁰ Nurjanah, "Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis."

kanca, analisis situasi, tujuan, strategi, taktik, implementasi dan kontrol yang dapat mendukung *place branding* Indonesia dengan memenuhi sepuluh komponen dalam *place branding*. Temuannya dalam penelitian ini ialah strategi *Branding Advertising Selling* (BAS) yang sering digunakan ketika aktivitas komunikasi pemasaran dilakukan. Pelaksanaan strategi ini Kementerian pariwisata tidak saja mem-branding Wonderful Indonesia, tetapi turut berusaha untuk menjual destinasi pariwisata Indonesia¹¹.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Roshiful Qolbi tentang Perencanaan Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Riau Dalam Menangani Penyebaran *Covid-19* Di Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan rumusan masalah yaitu bagaimana Perencanaan Komunikasi Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Riau Dalam Menangani Penyebaran *Covid-19* Di Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif yang datanya berasal dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Menjelaskan bahwa pertama, menentukan masalah yang mana pemecahan masalah yang ditemui dalam penanganan virus korona di Pekanbaru yang membawa sertakan pada satuan pangkat daerah (BPBD, Dinkes, dan gugus tugas percepatan penanganan korona). Kedua, masyarakat adalah tahap awal yang amat menetapkan arah serta tujuan dari perencanaan. Ketiga, Pemerintah memilih media berdasarkan dengan kebutuhan ataupun dari kesanggupan masyarakat. Keempat, proses yang mengukur hasil aktivitas program kota sehat sesuai target atau tujuan yang hendak dicapai dan telah dirumuskan sejak dimulainya kegiatan program tersebut. Pemerintah provinsi Riau melaksanakan beragam intruksi kepada semua instansi terkait sesuai aturan maupun surat edaran dari pemerintah pusat maka dari itu dibuatlah suatu aturan yang melaksanakan tugas dan peran masing-masing. Terdiri dari Tim Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 sebagai aktor

¹¹ Fasya Syifa Mutma et al., "Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful" 5, no. 2 (2019): 61–80.

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.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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.

utama dilapangan guna beroperasi dan bersinergi dengan berbagai lintas sector pemerintahan terkait sehingga semuanya saling berhubungan satu sama lainnya¹².

Keempat, penelitian yang dilakukan Mutia Dewi tentang Perencanaan Komunikasi Pemerintah kota Palembang dalam kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera). Rumusan masalahnya yaitu bagaimana perencanaan Komunikasi Pemerintah kota Palembang dalam kampanye Program Palembang EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, berupa penelitian deskriptif induktif dengan menganalisis dan mengeksplorasi secara mendalam fenomena yang menjadi minat penelitian ini terutama dalam bidang kajian perencanaan komunikasi. Menjelaskan tentang perencanaan komunikasi yang dilaksanakan Pemerintah Kota Palembang dalam kampanye Palembang EMAS dilaksanakan membawa dua hal penting, yaitu organisasi yang mendorong aktivitas dalam hal ini pemerintah Kota dengan melaksanakan pemaparan serta riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan dan aktivitas komunikasi, serta juga khalayak yang jadi target kegiatan yang mencakup respon dan evaluasi dari masyarakat¹³.

Kelima, penelitian yang dilakukan Revi Marta tentang Proses Perencanaan Komunikasi Pada Pemasaran Properti PT Era Bandung. Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Proses Perencanaan Komunikasi Pada Pemasaran Properti PT Era Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan datanya observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Menjelaskan bahwa tahapan proses komunikasi yaitu prospecting khlayak sasaran melalui kegiatan hunting, listing, merancang isi pesan komunikasi, memilih media yang tepat, menetapkan sumber pesan, menetapkan penggunaan periklanan,

¹² Roshiful Qolbi, "PROVINSI RIAU DALAM MENANGANI PENYEBARAN COVID-19 DI PEKANBARU," n.d., 551–66.

¹³ Mutia Dewi and M. Masri Hadiwijaya, "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang Emas (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)," *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (2016): 117–32, <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art2>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

memberikan service listing kepada khalayak target, serta mengevaluasi kegiatan pemasaran melalui kegiatan meeting harian¹⁴.

Keenam, penelitian yang dilakukan Maria Ulfa Batoebara dan Junaidi tentang tentang Perencanaan Komunikasi Fasilitator Kesehatan Dalam Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas). Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Perencanaan Komunikasi Fasilitator Kesehatan Dalam Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas). Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis data secara deskriptif. Teknik pengumpulan datanya yaitu teknik wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi. Menjelaskan bahwa sebelum adanya Germas diumumkan, Puskesmas Glugur telah memulai untuk melaksanakan usaha-usaha guna menambah kesadaran masyarakat terkait cara hidup sehat, dalam hal ini upaya sosialisasi yang dilakukan oleh puskesmas Glugur masih dalam ranah memberikan penyuluhan-penyuluhan di lingkungan Puskesmas Glugur. Tetapi dengan penyuluhan saja tidak cukup guna menjangkau keberhasilan dalam sosialisasi. Melalui media massa serta media elektronik juga penting dilaksanakan, berupa penempelan poster di tiap-tiap balai RW atau kelurahan¹⁵.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan Ajuan Tujuteru dan Lilis Sukmawati tentang Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada PT.Quipper Edukasi Indonesia. Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada PT.Quipper Edukasi Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling. Menjelaskan tentang Perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Quipper

¹⁴ Revi Marta, "Proses Perencanaan Komunikasi Pada Pemasaran," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2016): 52–62, <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3642/3542>.

¹⁵ Maria Ulfa Batoebara and Junaidi, "Perencanaan Komunikasi Fasilitator Kesehatan Dalam Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)," *Jurnal Warta* 58 (2018): 2013–11.

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

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

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

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

Ltd. Cabang Makassar sebelum dilakukan pemasaran adalah Pemetaan area, pemetaan sekolah, penentuan waktu¹⁶

Kedelapan, penelitian yang dilakukan Ainur Ropik tentang Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis SWOT. Menjelaskan tentang kondisi objektif perencanaan komunikasi di lingkungan Program Studi Ilmu Komunikasi belum berjalan dengan baik, maka dari itu harus dilakukan langkah-langkah yaitu : Peningkatkan ethos komunikator yang notabene sebagai *source credibility* di Program Studi Ilmu Komunikasi masih jauh dari kondisi ideal yang diharapkan, mengomunikasikan pesan-pesan dari program komunikasi mesti dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. Terlebih pesan-pesan yang dapat memengaruhi masyarakat untuk merubah sikap dan tindakan berdasarkan dengan tujuan Program Studi, melakukan optimalisasi potensi-potensi media yang ada agar digunakan dalam proses komunikasi kepada khalayak luas. Mempertimbangkan pentingnya optimalisasi media, maka memandang penting untuk menunjuk petugas khusus yang bekerja untuk mengelolah media dan membangun media relations, membangun hubungan yang baik dengan khalayak internal dan eksternal dan meminimalisir potensi yang bisa membuat khalayak kecewa¹⁷.

Kesembilan, peneltian yang dilakukan oleh Amelia Puspita tentang Perencanaan komunikasi Pemasaran (Studi pada PT.RizmaTour dan Travel Banjarmasin). Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Perencanaan komunikasi Pemasaran (Studi pada PT.RizmaTour dan Travel Banjarmasin). Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan

¹⁶ Ajuan Tuhuteru and Lilis Sukmawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada PT. Quipper Edukasi Indonesia)," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* II, no. Ii (2019): 1–7.

¹⁷ Ainur Ropik, "Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang," *Intizar* 23, no. 2 (1970): 327–46, <https://doi.org/10.19109/intizar.v23i2.2468>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menjelaskan bahwa selama kurun waktu PT. Rizma tour & travel tidak ada melaksanakan perencanaan komunikasi pemasaran secara langsung. Faktor penghambatnya yaitu keterbatasan serta minimnya sumber daya manusia yang ada yang mengakibatkan tersumbatnya komunikasi pemasaran yang ada di perusahaan. Usaha yang dilakukan perusahaan guna memajukan perusahaan adalah melakukan re-branding produk yang sudah ada dan menambahkan media promosi pemasaran langsung dan media interaktif berupa website. Enam tahapan perencanaan komunikasi pemasaran yang efektif dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut; review rencana pemasaran, analisis SWOT, tujuan, penganggaran, strategi, dan evaluasi¹⁸.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan Miftakhuddin tentang Urgensi Perencanaan Komunikasi dalam Sebuah Organisasi. Rumusan masalahnya yaitu bagaimana Urgensi Perencanaan Komunikasi dalam Sebuah Organisasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Menjelaskan bahwa Perencanaan merupakan suatu aktivitas yang mesti dilaksanakan baik oleh pribadi, kelompok ataupun lembaga atau organisasi. Perencanaan juga pada dasarnya adalah upaya yang dilakukan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan guna memilih yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Maka dari itu suatu perencanaan mesti dilaksanakan jauh sebelum kegiatan dilaksanakan, khususnya bagi sebuah lembaga atau organisasi. Oleh karenanya, suatu perencanaan, terlebih lagi tentang perencanaan komunikasi suatu organisasi akan memiliki peran strategis dalam mencapai tujuan komunikasi apabila melakukan tahapan-tahapan berikut ;memahami hakekat perencanaan komunikasi, pendekatan perencanaan, dan langkah-langkah kegiatan komunikasi. Apabila melakukan beberapa tahapan tersebut tujuan dari komunikasi yang dibangun akan bisa dijangkau dengan efektif dan efisien¹⁹.

¹⁸ Puspita Amelia, "Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Pada PT. Rizma Tour & Travel Banjarmasin)," *Mutakallimin* 2, no. 1 (2019).

¹⁹ Miftakhuddin, "Urgensi Perencanaan Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi," *Annida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2018): 69–84, <http://ejurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/54>.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Perencanaan Komunikasi

1. Konsep Perencanaan Komunikasi

Arthur G Bedeian mendefenisikan perencanaan ialah sebuah tahapan mengembangkan tujuan-tujuan perusahaan dan memilih serangkaian tindakan guna mencapai tujuan-tujuan tersebut. Perencanaan meliputi yaitu penetapan tujuannya, mengembangkan bermacam premis tentang lingkungan perusahaan yang mana tujuan-tujuan perusahaan hendak diraih , menentukan arah tindakan guna mencapai tujuan-tujuan tersebut, merumuskan berbagai kegiatan yang dibutuhkan untuk menterjemahkan rencana menjadi aksi, melaksanakan perencanaan kembali untuk memperbaiki berbagai kelemahan dalam perencanaan terdahulu²⁰.

Pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan komunikasi akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan yang kita inginkan merupakan definisi perencanaan komunikasi. Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen. Oleh karena itu,tidak heran apabila dalam kajian perencanaan komunikasi, perencanaan dilihat dari segi manajemen²¹.

John Middleton memberikan definisi perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk menjangkau tujuan organisasi. Sumber dayanya tidak hanya meliputi media massa dan komunikasi antarpribadi saja, tetapi juga setiap kegiatan yang direncanakan guna merubah sikap dan menghasilkan keahlian-keahlian tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang diemban oleh organisasi²².

Perencanaan komunikasi dalam arti sederhana berasal dari kata perencanaan dan komunikasi yang bisa diartikan menjadi tahapan pengimplementasikan kebijakan komunikasi. Dengan demikian, ada dua konsep dasar yang mempunyai perbedaan, tapi saling berkaitan yakni perencanaan dan

²⁰ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012).Hlm 20

²¹ Batoebara and Junaidi, "Perencanaan Komunikasi Fasilitator Kesehatan Dalam Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)."

²² Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*.Hlm 45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

komunikasi. Perencanaan dipandang dari aspek manajemennya, lalu komunikasi dipandang dari penyebaran pesan. Maka hal tersebut dalam rangka penyelenggaraan program komunikasi seperti pemasaran, kampanye, pencitraan maupun aktivitas pemberdayaan dan kerja sama, harus berpedoman pada kebijakan yang telah disusun. Ini dilakukan guna mengantisipasi kemungkinan perencanaan yang disusun tidak sesuai dengan kebijakan yang telah digariskan. Perencanaan komunikasi mesti memperhatikan kebijakan komunikasi atau aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh pihak-pihak yang berkaitan²³.

Sebuah perencanaan yang baik dan bagus mempunyai kelebihan yang bisa diandalkan, dan terdapat kekurangan yang dijadikan untuk suatu kesempatan yang baik lalu mempunyai kelemahan yang bisa dikurangi secara maksimal. Perencanaan komunikasi yang baik akan menjadikan sebuah model yang baik untuk diterapkan dalam membuat sebuah kebijakan masyarakat²⁴.

Perencanaan ialah suatu aktivitas yang penting dilaksanakan, baik oleh pribadi, kelompok ataupun lembaga organisasi. Perencanaan pada dasarnya ialah upaya yang dilaksanakan secara sadar dan terus menerus serta diorganisasikan guna memilih yang terbaik dari bermacam alternatif yang ada bagi pencapaian tujuan tertentu. Oleh karena itu, suatu perencanaan mesti dilaksanakan jauh sebelum kegiatan dilakukakan, khususnya bagi lembaga²⁵.

Begitu runtutnya aktivitas yang dilaksanakan pada tahapan perencanaan. Maka tidak heran ketika banyak organisasi baik perusahaan ataupun badan publik melaksanakan kegiatan perencanaan ini dengan membuat jeda waktu. Ada perencanaan yang memang sengaja dibuat untuk waktu yang pendek, menengah, ataupun untuk waktu yang panjang. Jika dilihat pada perencanaan program pemerintah, maka biasanya dilaksanakan dalam jangka waktu menengah. Disebut menengah dikarenakan perencanaan dilaksanakan guna penyelesaian program-program dengan durasi waktu antara empat sampai sepuluh tahun.

²³ Dewi and Masri Hadiwijaya, "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang Emas (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)."

²⁴ Nurjanah, "Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis."

²⁵ Miftakhuddin, "Urgensi Perencanaan Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi."

Munculnya konsep perencanaan komunikasi guna menghubungkan rencana yang sudah direncanakan dengan menggabungkan segala komponen-komponen yang dimiliki komunikasi. Perencanaan komunikasi ditujukan untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada untuk menjangkau efektivitas komunikasi, sedangkan dari segi kegunaan dan fungsi perencanaan komunikasi untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai²⁶.

Perencanaan komunikasi menjadi penunjuk atau acuan untuk kegiatan komunikasi yang dilaksanakan selama program tersebut dilakukan. Tidak hanya itu, perencanaan komunikasi juga membantu untuk memanfaatkan saluran dan waktu yang tepat dalam menyebarkan pesan. Dengan kata lain, perencanaan komunikasi akan menjadi pegangan bagi para *stakeholders* untuk selalu *wellinformed*, terutama dalam kaitannya dengan apa yang ditawarkan.

Dari uraian diatas bisa disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi merupakan sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan sebuah proses pengalokasian sumber daya yang berhubungan dengan komunikasi guna meraih tujuan suatu organisasi tersebut. Perencanaan komunikasi itu mempunyai tujuan yang dicapai dalam jangka waktu tertentu. Maka dari itu perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi.

²⁶ Dewi and Masri Hadiwijaya, “Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang Emas (Elok, Madani, Aman, Sejahtera).”

2. Model Perencanaan Komunikasi

Ada banyak model yang diterapkan dalam studi perencanaan komunikasi, mulai dari model yang sederhana, hingga model yang rumit. Tetapi, perlu diketahui bahwa penggunaan model dan tahapan pelaksanaannya tergantung pada situasi atau jenis pekerjaan yang dilakukan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model perencanaan komunikasi Cutlip dan Center. Model perencanaan komunikasi ini memiliki empat indikator, yaitu:²⁷

1. Penemuan Fakta

Dalam hal ini adalah usaha agar memastikan dengan benar gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan tertentu. Fakta seyogyanya berisi data yang baik, yaitu yang dapat dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu (*up to date*) dan mencakup ruang lingkup yang luas atau dapat menggambarkan suatu masalah secara menyeluruh (*comprehensive*). Pengumpulan data dari semua sumber secara terorganisir untuk diklasifikasi dan dievaluasi bagaimana kedalaman detail dan luasnya perspektif yang dibutuhkan pada proses ini²⁸. Tahap ini juga dinamakan tahapan analisis situasi.

2. Perencanaan

Tahapan ini adalah tahapan rencana dan penyusunan program kerja adalah usaha yang dilaksanakan guna menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan masyarakat.

3. Komunikasi

Proses ini adalah tindakan selanjutnya sesudah melakukan perencanaan. Tindakan dilakukan berdasarkan fakta yang ada sehingga dapat menyampaikan pesan efektif yang dapat mempengaruhi opini publik.

4. Evaluasi

²⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013). Hlm 72

²⁸ Wilson Lauren J and Ogden Joseph J, *Strategic Communications Planning* (Lowa: Hunt Publishing Company, 2000). Hlm 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Evaluasi merupakan proses untuk mengawasi setiap tahap dari pelaksanaan program yang sudah direncanakan, dan guna memberi penilaian sejauh mana keberhasilan program dalam mencapai tujuannya. Evaluasi Program diperlukan guna melihat apa saja yang dilakukan dalam program yang tepat dan mana yang tidak. Oleh karenanya pelaksana senantiasa dituntut untuk mengembangkan pengelolaan mekanisme pemantauan, supaya kesalahan-kesalahan yang ada di lapangan bisa diketahui secepatnya lalu kemudian bisa dilakukan tindakan untuk memperbaiki.

Evaluasi dibagi menjadi dua yakni *on going* dan *end review*. Evaluasi *on going* dilakukan selama proses berlangsung dan tetap menjaga fleksibilitas sebuah program. Sedangkan *end review* meliputi semua evaluasi dari awal hingga akhir yang bisa merangkum seluruh evaluasi *on going* dan perbaikannya sehingga dapat dijadikan pedoman guna pelaksanaan program berikutnya.

Evaluasi adalah tahapan memberi nilai hasil dan tahap awal sampai perencanaan program, dan keefektifan dari proses manajemen serta bentuk komunikasi yang digunakan. Tahapan ini dikatakan sebagai tahap penafsiran hasil kerja²⁹.

3. Pendekatan dalam Perencanaan Komunikasi

Tahapan pembentukan sebuah perencanaan komunikasi, harus membutuhkan pendekatan berdasarkan terhadap apa tujuannya dan sasaran yang hendak dicapai. Berikut pendekatan perencanaan bisa dilaksanakan melalui dua cara, yakni:³⁰

1) Pendekatan Perencanaan Rasional Menyeluruh

Pendekatan perencanaan ini dilaksanakan berdasarkan pada kebijaksanaan guna merumuskan tujuan yang menjadi misi yang hendak dijangkau sebagai bentuk suatu kesatuan. Pendekatan ini bisa ditunjang dengan tujuan yang

²⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016). Hlm 148-149

³⁰ Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Hlm 55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

dihimpun secara lengkap, menyeluruh dan terpadu dan dapat ditunjang oleh peramalan yang tepat dan sistem informasi yang memadai.

2) Pendekatan Perencanaan Terpilah

Pendekatan ini adalah pendekatan perencanaan yang memperhatikan bagian kebijaksanaan secara umum yang mempunyai kaitan secara langsung terhadap komponen-komponen yang jadi hal utama. Pendekatan perencanaan terpilah ini dilaksanakan cenderung lebih mudah dan realistis.

4. Tipe Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi pada dasarnya dibagi menjadi dua jenis yaitu:³¹

1. Perencanaan komunikasi strategik

Perencanaan komunikasi strategik merupakan proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia). Perencanaan komunikasi ini mengacu pada undang-undang peraturan pemerintah, maupun nilai-nilai budaya yang terdapat dalam masyarakat atau organisasi yang dijabarkan dalam bentuk visi dan misi serta tujuan yang ingin dicapai suatu Negara. Perencanaan ini digolongkan sebagai perencanaan komunikasi jangka panjang. Ciri-ciri dari perencanaan strategik yaitu:³²

- a. Keputusan dibuat dengan pertimbangan situasi masa depan
- b. Pertimbangan hati-hati dan disiplin yang berasal dari nilai-nilai yang berlaku, budaya, prosedur, struktur dan teknik.
- c. Berwawasan luas dan menginspirasi
- d. Memperhatikan resiko jangka lama
- e. Mengidentifikasi kesempatan dan kegagalan di masa depan
- f. Membuat rencana cadangan yang disiapkan buat masa depan
- g. Bisa menjadi mediator antara komunitas dan organisasi
- h. Bisa digunakan sebagai pedoman organisasi.

³¹ Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*.

³² Cangara. Hlm 51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- i. Meliputi serangkaian visi, misi dan tujuan yang teridentifikasi dan strategi pencapaian

Perencanaan jangka panjang yang dirancang melalui perancangan komunikasi strategik memproyeksikan waktu dengan rentang 10-25 tahun. Dengan proyeksi waktu jangka panjang tersebut perencanaan yang dibuat harus mampu untuk menjangkau tujuan yang menjadi alasan dibuatnya perencanaan ini dengan mempertimbangkan filosofi serta nilai pada yang berlaku di lingkungan masyarakat.

2. Perencanaan komunikasi operasional

Perencanaan komunikasi operasional merupakan perencanaan yang membutuhkan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk menjangkau tujuan. Perencanaan komunikasi operasional dibagi menjadi dua :

- a. Perencanaan Prasarana Komunikasi
- b. Perencanaan program komunikasi (*Software*)

5. Fungsi Perencanaan Komunikasi

Pada setiap tujuan tentu ada awalnya. Perencanaan komunikasi adalah bentuk awalan aslinya. Perencanaan menjadi hal penting pada suatu organisasi.

Berikut ini adalah fungsi-fungsi dari melakukan perencanaan komunikasi:³³

1. Pahami dan kenali masalah yang
2. Menjadi panduan dalam upaya untuk mencapai
3. Penggunaan sumber daya yang efisien
4. Antisipasi masalah yang akan mungkin ada dan tindakan apa yang ditetapkan untuk mencegahnya
5. Kendalikan situasi sebisa mungkin agar jangan melebihi rencana yang sudah ditetapkan.
6. Memiliki opsi pencadangan pencegahan dan tetap menjadi.

³³ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Edisi Revi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993). Hlm 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.

7. Pemecahan masalah dan menangani permasalahan yang kompleks
8. Ketahui hal yang menjadi utama
9. Tetapkan mekanisme pemantauan dan alat ukur untuk menilai kemajuan terhadap rencana yang telah ditetapkan

6. Metode Perencanaan Komunikasi

Komunikasi menjadi sebuah aktivitas yang amat menginginkan dari suatu pengaruh apa yang akan diterima oleh komunikan disaat penyampaian pesan oleh komunikator. Dampak tersebut akan berpengaruh dari kapan informasinya disampaikan, bagaimana disampaikannya kemudian kenapa pesan itu disampaikan kepada komunikan. Efek komunikasi ini seperti efek psikologis yang terdiri dari pengaruh kognitif yang manaa komunikasi berfungsi guna memberikan informasi, pengaruh afektif yang mana pesan yang disampaikan dapat mengubah sikap dan perasaan, kemudia pengaruh kognitif yang mana khalayak dapat dipengaruhi tingkah laku dan tindakan dari komunikator untuk melakukan sesuatu³⁴.

Dampak tersebut dapat dilaksanakan dengan bagaimana cara dari komunikasinya, yaitu:

1. Komunikasi tatap muka

Komunikasi ini dilakukan pada saat berkomunikasi secara langsung. Cara seperti ini melibatkan komunikator dan komunikan tatap muka secara langsung. Komunikasi secara ini menjadikan komunikator bisa langsung mendapatkan efek. Efek dari komunikan dapat tersalurkan secara langsung dan bisa langsung mendapatkan umpan balik.

2. Komunikasi bermedia

Komunikasi ini adalah komunikasi dilakukan melalui media atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan ditempat yang berbeda ataupun dengan jumlah banyak. Efek yang ditimbulkan terjadi tidak secara langsung.

³⁴ Nurani Suyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010).
Hm 64-65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Komunikasi ini lebih banyak dimanfaatkan untuk komunikasi informatif dengan mencapai lebih jauh dan lebih banyak komunikan³⁵.

7. Media Perencanaan Komunikasi

Jika penyampaian pesan dilakukan dengan media yang lebih menarik maka komunikan akan memilih media tersebut. Berikut beberapa media yang digunakan dalam perencanaan komunikasi:

1. Media Cetak

Media cetak dapat disebarluaskan kepada masyarakat dalam bentuk cetak serta bisa digunakan untuk masyarakat ramai tetapi ditujukan kepada masyarakat yang mempunyai waktu yang cukup. Media cetak berupa surat kabar, majalah, poster, spanduk dan lainnya.

2. Media elektronik

Media elektronik dapat menjangkau sebuah wilayah ataupun waktu dengan secepat mungkin. Memanfaatkan media elektronik, seluruh informasi yang disampaikan akan melalui getaran listrik atau sinyal kemudian diterima oleh pesawat penerima sinyal. Sehingga informasi atau pesan bisa secara cepat tersampaikan.

3. *New Media*

New media atau Media baru biasa disebut dengan teknologi internet. Seluruh informasi bisa didapat melalui media terbaru ini. Media internet memiliki berbagai kelebihan yaitu mendapatkan informasi tanpa batas ruang dan waktu, akses informasi yang sangat luas dan global dan yang terpenting adalah memiliki akses kecepatan dalam bentuk informasi ataupun perkembangan dari teknologi tersebut. Adanya teknologi internet banyak media yang dapat digunakan dalam berkomunikasi seperti media sosial dan lain-lain³⁶.

³⁵ Effendy, *Dinamika Komunikasi*. Hlm 10

³⁶ Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Hlm 150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

8. Pesan Perencanaan Komunikasi

Proses perencanaan komunikasi merupakan transaksional atau melibatkan aktivitas saling tukar menukar ide atau gagasan diantara pihak-pihak yang ada didalamnya. Karena prosesnya bersifat transaksional sebagian besar perilaku komunikasi tidak bisa dideteksi dan diramalkan bagaimana hal itu berakhir. Namun dalam proses komunikasi yang bertujuan dalam arti merubah perilaku khalayak dan terencana, menyampaikan gagasan yang baik adalah syarat penting agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

Mengembangkan pesan komunikasi yang terorganisis serupa membangun sebuah jembatan, usaha tersebut terdiri dari bermacam komponenn yang sama-sama menghubungkan dan mengembangkan satu sama lain guna membentuk sebuah jembatan. Dengan begituproses penyampaian pesan mesti terencana, memiliki organisasi pesan, struktur, gaya dan imbauan yang akan digunakan. Kemudian pesan yang disampaikan bisa dikembangkan dengan model sistematika tertentu, dan pesan disajikan dengan mempertimbangkann berdasarkan media yang digunakan, serta komunikator mampu mengupayakan penggunaan model yang dipilih³⁷.

9. Sasaran Perencanaan Komunikasi

Di dalam komunikasi, khalayak disebut juga komunikan. Hal penting untuk dapat memahami masyarakat yang menjadi sasaran rencana komunikasi, karena semua kegiatan komunikasi ditujukan kepada mereka. Ada kelompok dalam masyarakat yang menentukan dampak dari suatu program yaitu:

1. Lembaga perizinan adalah adalah lembaga yang menyusun peraturan dan memberi izin sebelum program di sebarakan
2. Kelompok pendukung adalah kelompok yang mendukung dan menyetui pada program yang dilaksanakan.
3. Kelompok oposisi adalah orang atau kelomok yang menentang gagasan perubahan yang ingin diterapkan.

³⁷ Atwar Bajari, "Strategi Pesan Dalam Perencanaan Komunikasi," 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Kelompok evaluasi adalah kelompok orang yang mengkritisi dan memantau kemajuan. Dengan memahami kelompok-kelompok dalam masyarakat ini perencana komunikasi dapat memprediksi dan meramalkan serta menyesuaikan rencana komunikasi yang dijalankan³⁸.

10. Budget Dan Evaluasi Perencanaan Komunikasi

Proses penetapan teknis pelaksanaan dilapangan meliputi pesonel pelaksana, jadwal kegiatan, tempat kegiatan, fasilitas yang dibutuhkan anggaran biaya dan tahapan-tahapan kegiatan yang harus dilaksanakan secara nyata di lapangan. Dalam hal perencanaan evaluasi perencanaan komunikasi maksudnya adalah penyusunan indikator kinerja untuk menilai kemajuan program, hasil-hasil program dan dampak program.

11. Masalah Yang Mesti Mendapatkan Perhatian dari Penyusunan Perencanaan Komunikasi

Dalam penataan perencanaan komunikasi, ada masalah yang perlu diperhatikan yakni:³⁹

1. Peraturan internasional. Dalam penyusunan perencanaan komunikasi yang bertaraf internasional dan nasional, sebisa mungkin memberikan perhatian terhadap regulasi atau peraturan-peraturan yang dilaksanakan secara internasional
2. Kebijakan Nasional. Penyusunan perencanaan komunikasi tidak boleh membiarkan kebijakan nasional, baik yang tercantum didalam perencanaan pembangunan nasional ataupun undang-undang yang dikeluarkan oleh pemerintah
3. Desentralisasi. Perencanaan yang berskala nasional biasanya dilaksanakan secara sentral oleh pemerintah pusat dan mengakibatkan rasa enggan untuk mendelegasikan ketingkat daerah

³⁸ Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan," *Jurnal Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* XVIII, no. 1 (2015): 53–61, https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428.

³⁹ Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Hlm 55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

4. Koordinasi. Komunikasi dan koordinasi sebagai sumber daya maupun sebagai sarana bisa dikatakan dibutuhkan hampir diseluruh level masyarakat. Maka didalam pengelolaan dibutuhkan koordinasi, baik secara vertikal maupun secara koordinasi horizontal antara kementrian atau departemen yang mengeoperasikan sumber daya komunikasi
5. Distribusi. Sebagai saran yang dapat mendekatkan jarak dan menembus ruang, waktu dan wilayah memerlukan perencanaan dengan meperhatikan kebutuhan
6. Partisipasi dan umpan balik. Proses penyebaran informasi tidak boleh hanya berlangsung satu arah tetapi diharapkan bisa menumbuhkan partisipasi dalam bentuk umpan balik dari masyarakat. Umpan balik dibutuhkan misalnya agar bisa mengetahui sampai atau tidak informasi yang disevaluaskan.
7. Riset dan Evaluasi. Kebutuhan akan hail penelitian atau riset untuk mengembangkan program komunikasi amat dibutuhkann dan menjadi salah satu pertimbangan dalam menyusun perencanaan komunikasi
8. Tenaga dan Pelatihan. Masalah sumber daya manusia dalam komunikasi memang dapat menjadi krusial apabila tidak diselesaikan hati-hati maka bisa muncul permasalahan ketidakseimbangan antara sumber daya manusia yang menggerakan dengan alat yang tersedia
9. Integritas. Perencanaan komunikasi mesti mempertimbangkan persoalan integritas, komunikasi dalam hal ini industri media sering kali terbawa tanpa disadari oleh kapitalis dengan melupakan fungsi-fungsi sosialnya sebagai masyarakat
10. Pemilikan media. Pola pemilikan media amat bergantung terhadap sistem komunikasi yang dipakai oleh suatu Negara. Lalu sistem komunikasi pada hakikatnya dipengaruhi oleh ideologi yang digunakan oleh Negara bersangkutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

2.2 Promosi

a. Pengertian Promosi

Cara komunikasi yang dalam penggunaannya atau penyampaian dengan memanfaatkan media yaitu : pers, televisi, radio, papan nama, poster dan lain-lain, yang memiliki tujuan membuat minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan disebut promosi. Promosi menjadi media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen mesti benar-benar dipahami oleh seorang manajer. Menurut Basu Swastha Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang diciptakan guna mengarahkan seseorang pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran⁴⁰.

Promosi disebut juga dengan komunikasi pemasaran merupakan sarana yang mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung terhadap produk dan merek yang dijual. Atau bisa juga dikatakan sebagai bentuk komunikasi yang memiliki tujuan agar memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmentasi yang lebih luas.

b. Program Promosi

Program promosi bisa dilihat tingkat efektivitasnya melalui cara mengaitkannya dengan tujuan penyusunan program promosi tersebut.

Tujuan promosi dapat berupa:

- Kesadaran Merek, yakni mempromosikan dan memberikan pengetahuan tentang sebuah produk kepada konsumen
- Kebutuhan Kategori, yakni menghasilkan persepsi pembeli terhadap suatu kebutuhan
- Niat Pembelian Merek yakni mendorong konsumen dalam melakukan pemilihan pada sebuah produk

⁴⁰ Muhammad Yusuf, "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda," 2011.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- d. Fasilitas Pembelian, yakni usaha memberikan dukungan atau memfasilitas konsumen dalam proses melakukan pembelian⁴¹.

Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan yang terdapat dalam promosi antara lain :

- a. Menginformasikan, yaitu pasar tentang produk baru, mengemukakan kegunaan atau manfaat baru sebuah produk, memberitahu pasar tentang perubahan harga, menjelaskan bagaimana produk bekerja, menggambarkan jasa yang tersedia, memperbaiki kesan yang salah, mengurangi ketakutan pembeli dan membangun citra perusahaan
- b. Mambujuk, maksudnya mengubah persepsi mengenai atribut produk agar bisa diterima pembeli
- c. Mengingat, maksudnya agar produk tetap diingat pembeli sepanjang masa, mempertahankan kesadaran akan produk yang paling mendapat perhatian.

d. Fungsi promosi

Fungsi promosi yaitu :

- 1) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli
- 2) Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon pembeli
- 3) Mengembangkan rasa ingin tahu calon pembeli untuk memiliki barang yang di tawarkan⁴²

e. Bauran Promosi

Beberapa tugas khusus dari bentuk-bentuk komunikasi atau yang bisa disebut bauran promosi yaitu:

- a. *Personal Selling*

⁴¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Komunikasi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009).Hlm 51

⁴² Nise Oktabertiagus, "Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Pacu Jalur Sebagai Icon Pariwisata Daerah," no. 3645 (2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Personal selling adalah komunikasi langsung antara penjualan dan calon pelanggan guna memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

b. *Mass selling*

Mass selling merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Terdapat dua macam *mass selling*, yakni periklanan dan publisitas.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan wujud mempengaruhi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang bisa diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

d. *Public Relations*

Public relations adalah usaha komunikasi integral dari suatu perusahaan guna mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Yang dimaksud dengan kelompok-kelompok itu adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan bisa mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

e. *Direct Marketing*

Direct marketing cara pemasaran yang bersifat interaktif yang menggunakan satu atau beberapa media iklan guna menghasilkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi⁴³.

2.2.3. Festival Pariwisata

Kabupaten Kuantan Singingi mempunyai beberapa wisata budaya yang masih dilestarikan hingga saat ini seperti Perahu Baganduang yaitu atraksi budaya dan perayaan masyarakat Kuantan ditandai dengan parade sampan tradisional yang dihiasi dengan berbagai ornament dan warna-warna menarik. Yang diadakan setelah 4 atau 5 hari lebaran idul fitri dibawah jembatan daerah Lubuk Jambi, kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi.

⁴³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008).Hlm 222

2.3. Konsep Operasional

1. Penemuan Fakta

2. Perencanaan

3. Komunikasi

⁴⁵ Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Hlm 148



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Dalam tahapan ini, dilakukannya implementasi langsung terhadap komunikasi tindakan yang dilakukan melibatkan komunikasi yang sebelumnya dirancang guna mencapai tujuan yang diharapkan.

4. Evaluasi

Tahapan evaluasi adalah tahapan terakhir. Dalam tahap ini, diberikan nilai kesiapan, implementasi, dan hasil yang telah diimplementasikan terkait dengan program yang dilaksanakan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Konsep-konsep yang mesti di operasionalkan dalam penelitian ini adalah konsep yang berhubungan dengan penelitian, yakni : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dengan focus penelitian Perencanaan Komunikasi. Dalam melakukan pengukuran digunakan model perencanaan komunikasi Cutlip dan Center yaitu yang terbagi menjadi empat tahapan yaitu Penemuan fakta, Perencanaan, Komunikasi, dan Evaluasi. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Yang mana penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau secara utuh⁴⁶.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Metode penelitian studi kasus adalah salah satu jenis penelitian yang bisa menjawab beberapa issue atau objek akan suatu fenomena terutama di dalam cabang ilmu sosial. Apabila dilihat dari tujuannya, studi kasus adalah salah satu metode penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan perbedaan nilai, dan kepercayaan⁴⁷.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi berlokasi di Kompleks Pemerintahan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi. Adapun waktu penelitian dilakukan dalam jangka waktu dua bulan.

3.3. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

1. Data Primer

Data yang didapatkan melalui informan dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.

⁴⁶ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Hlm 43

⁴⁷ Sri Yona, "Penyusunan Studi Kasus," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 2 (2014): 76-80, <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.177>.

No	1	2	3	4	5
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Wahid Wahid	penelitian	Ketahanan	Perencanaan

No	1	2	3	4	5
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Wahid Wahid	penelitian	Ketahanan	Perencanaan

No	1	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
	2	Wahana
	3	penelitian
	4	Ketahanan
		Perkembangan

No	1	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
	2	Wahana
	3	penelitian
	4	Ketahanan
		Perkembangan

No	1	2	3	4	5
	State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Wahpen Ket Perway	Sosiologi		

No	1	2	3	4	5
	Wa	pen	Keb	Per	way

No	1	2	3	4	5
	State Islamic University of Sultan	Wa	pen	ket	Per
	way	way			
	Kaim Riaw				
	Sosi				

35. **University of Sultan Syarif Kaim Riau**
Wahyuni, D., & Permana, K. (2019).
penelitian kualitatif. *Sosiologi*

35. **University of Sultan Syarif Kaim Riau**
Wahyuni, D., & Permana, K. (2019).
penelitian kualitatif. *Sosiologi*

Sosi
Kaim Riau

Hak Cipta Dituliskan Undang-Undang

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

menggunakan teknik wawancara mendalam⁴⁹. Wawancara mendalam adalah temu muka berulang antara peneliti dan informan, dalam rangka memahami pandangan informan mengenai kehidupannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri⁵⁰.

3.6. Validitas Data

Dengan adanya validitas data maka membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai berdasarkan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data juga disebut keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya⁵¹.

Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen yang dikatakan valid artinya menunjukkan alat ukur yang dipergunakan guna mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur⁵².

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini maksudnya adalah sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Oleh karena itu adanya triangulasi sumber sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, triangulasi waktu⁵³.

Untuk kevaliditasan data ini peneliti menggunakan analisis triangulasi data, diolah melalui data-data yang didapatkan dari proses wawancara, dan dokumen-dokumen dari narasumber atau informan sehingga memperoleh data yang akurat.

⁴⁹ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara", I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. Jurnal Koperawatan Indonesia, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184wawancara>, Jurnal Koperawatan Indonesia 11, no. 1 (2007): 35–40.

⁵⁰ Wihardi Kuswaya, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).

⁵¹ Lexy J Moleong, *Prosedur Penelitian* (Bandung: Rineka Cipta, 2004). Hlm 230

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2004). Hlm 137

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014). Hlm 273

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive*, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data yang terdiri dari 3 tahapan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data.

Reduksi data merupakan proses pemilihan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan kasar di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung terjadilah proses reduksi lalu kemudian seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, dan menulis memo. Proses reduksi data ini terus berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2. Penyajian Data.

Penyajian data adalah hal penting yang kedua, kegunaan dari penyajian data ini adalah untuk menemukan pola yang memiliki makna serta memberikan beberapa kemungkinan untuk melakukan penarikan kesimpulan. Penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.

3. Penarikan Kesimpulan.

Aktivitas enarikan kesimpulan dilaksanakan peneliti selama berada di lapangan. Mulai permulaan pengumpulan data, peneliti mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan, konfigurasi, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan ini dilakukan secara terbuka dan skeptis⁵⁴.

Hasilnya nanti dapat gambaran mengenai perencanaan komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang.

⁵⁴ Miles, Matthew B. dan A. Micheal Huberman. 1992. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook Of New Method*. Terjrmahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-PRESS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi didirikan tahun 2001 bulan Maret. Semula instansi ini dikenal dengan nama Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi, lalu tahun 2007 berganti nama menjadi Dinas Kebudayaan, Kesenian dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi atau disingkat dengan Disbudsenipar, dan sekarang menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi adalah salah satu instansi pemerintah daerah atau dengan kata lain Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang Pariwisata seni dan budaya. Dinas Pariwisata dipimpin oleh seorang kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekretariat daerah. Kepala Dinas diangkat dan diberhentikan sesuai dengan ketentuan peraturan. Dinas Pariwisata mempunyai fungsi pelaksana sebagai kewenangan daerah di bidang pariwisata, seni dan budaya. Untuk melaksanakan fungsi tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai tugas diantaranya:

1. Merumuskan dan merencanakan kebijakan pengembangan teknologi dibidang pariwisata
2. Melaksanakan penyuluhsn dan bimbingan di bidang kepariwisataan
3. Melakukan retribusi sesuai kewenangan yang berwenang
4. Koordinasi kegiatan fungsional dan operasional di bidang kepariwisataan
5. Koordinasi teknis dengan instansi pemerintah, swasta, instansi sosial dan organisasi kemasyarakatan di bidang kepariwisataan
6. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian teknis dibidang pariwisata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

4.2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

1. Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi adalah Mewujudkan Kabupaten Kuantan Singingi seagai daerah tujuan wisata yang berdaya saing, berbudaya dan agamis.
2. Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi
 - a. Meningkatkan SDM dibidang kepariwisataan yang dapat mengelola potensi budaya, kesenian dan alam yang ada menjadi obyek dan tujuan domestik maupun mancanegara.
 - b. Menggali, membangun, mengembangkan dan melestarikan potensi kepariwisataan kuantan singingi secara terencana dan berkesinambungan.
 - c. Mempromosikan secara luas tentang kepariwisataan kuantan singingi ditingkat lokal, nasional, regional dan internasional.
 - d. Menyusun dan memberlakukan regulasi tentang pengusaha bidang kepariwisataan dalam rangka pengawasan dan ketertiban serta mengoptimalkan pendapatan asli daerah⁵⁵

4.3. Festival Perahu Baganduang di Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi

Festival Perahu Baganduang adalah atraksi pertunjukan budaya yang dilakukan oleh masyarakat Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi. Tempatnya di daerah Lubuk Jambi atau yang biasa dikenal dengan sebutan Kota Lemang. Perahu Baganduang adalah perahu yang digandengkan atau dirangkaikan sebanyak tiga perahu dengan menggunakan bambu yang dihiasi ornament-ornament tradisional yang berwarna warni dan memiliki simbol adat setempat⁵⁶.

⁵⁵ “Dokumentasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan” (Teluk Kuantan, 2023).

⁵⁶ Rianti, “Makna Simbolik Tradisi Perahu Baganduang Sebagai Kearifan Lokal Di Lubuk Jambi Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi 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.

Perahu Baganduang dihiasi dengan simbol-simbol warna warni seperti warna kuning, orange, warna merah, warna hitam, hijau, dan juga warna putih dan ini mempunyai makna tersendiri bagi masyarakat yang erat kaitannya dengan kehidupan dalam masyarakat sehari-hari. Perahu baganduang ini dihiasi berbagai macam atribut yang mempunyai nilai estetika berupa⁵⁷. Beberapa hiasan yang sering dipakai adalah daun kelapa, bendera, tanduk kerbau, buah lab, cermin, lima payung, kain panjang, foto presiden dan wakil presiden, payung kuning dan berbagai pernik lain yang digunakan menghias perahu yang memiliki simbol adat. Misalnya, padi yang melambangkan kesuburan pertanian dan tanduk kerbau yang melambangkan peternakan.

Festival Perahu Baganduang ini dilaksanakan sekali dalam setahun. Terutama pada saat hari raya Idul Fitri. Biasanya hari raya ke empat atau kelima. Festival Perahu Baganduang ini dihadiri oleh bupati, niniak mamak, dan seluruh tumpah ruah ditepian sungai. Dalam satu perahu yang diarak dengan berbagai hiasannya, biasanya akan diisi oleh 30 pasang muda-mudi. Sehingga tak heran jika acara Festival Perahu Baganduang ini dijadikan sebagai ajang pertemuan jodoh para bujang gadis masyarakat setempat. Festival Perahu Baganduang ini bisa dikunjungi oleh wisatawan dari luar daerah.

Tiap desa yang ada di daerah Kuantan Mudik dalam festival ini biasanya mengirimkan perwakilan perahunya untuk dinilai. Dewan Jurinya Terdiri dari Tokoh adat dan niniak mamak yang akan menilai keindahan dan kelengkapan adat yang ada pada perahu peserta yang memiliki kriteria lebih, dari sisi keindahan dan adat, akan ditetapkan sebagai pemenang. Dalam Festival Perahu Baganduang, masyarakat disuguhkan berbagai hiburan. Diantaranya pertunjukan seni Rarak Calempong, Panjek Pinang, seni tari daerah dan Potiang Tolugh⁵⁸.

Perencanaan Komunikasi merupakan sesuatu yang penting dalam mempromosikan destinasi wisata daerah. Perencanaan komunikasi dijadikan

⁵⁷ Safitri, "Makna Simbol Budaya Dan Nilai Estetika Pada Tradisi Perahu Baganduang Di Desa Seberang Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau."

⁵⁸ Rianti, "Makna Simbolik Tradisi Perahu Baganduang Sebagai Kearifan Lokal Di Labuk Jambi Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau."



sebagai penuntun usaha atau kegiatan komunikasi yang dilakukan sepanjang program tersebut dilaksanakan. Selain itu, perencanaan komunikasi juga membantu untuk menggunakan saluran dan waktu yang tepat dalam menyebarkan pesan.

Sebuah perencanaan yang baik dan strategis terdapat kekuatan yang akan diandalkan, dan memiliki kelemahan yang akan diciptakan menjadi sebuah peluang yang baik dan memiliki ancaman yang akan dikurangi semaksimal mungkin. Perencanaan komunikasi yang baik akan menghasilkan sebuah model yang baik untuk diterapkan dalam membuat suatu kebijakan masyarakat⁵⁹.

Begitu juga halnya dengan perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam mempromosikan Festival Perahu Baganduang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan dan menjadikan Festival Perahu Baganduang dikenal dan dikunjungi masyarakat luas. Perencanaan komunikasi direncanakan dan dilaksanakan dengan sebaik mungkin supaya mendapatkan hasil yang maksimal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

⁵⁹ Nurjanah, "Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai Perencanaan Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang, Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam melakukan perencanaan komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan 4 tahapan perencanaan komunikasi yaitu :

Pertama penemuan fakta. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi melakukan pengumpulan fakta-fakta terkait dengan isu yang relevan dengan kegiatan promosi yang dilakukannya. Fakta-fakta yang ditemukan adalah mengenai jumlah pengunjung, festival hanya berlangsung satu hari, dan kurangnya tempat penginapan sekitaran area festival perahu baganduang. Kedua perencanaan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi melakukan perencanaan dengan menetapkan target sasarannya yaitu masyarakat luas, bagaimana bentuk pelaksanaan promosi yang akan dilakukan yaitu menggunakan berbagai media dan melalui kegiatan pameran dan anggaran dana dalam promosi dan pelaksanaan Festival Perahu Baganduang. Ketiga komunikasi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi melakukan komunikasi dengan menggencarkan promosi baik melalui media online, media cetak, melalui media elektronik dan bahkan melalui kegiatan pameran dan pawai budaya akan tetapi terdapat kelemahan-kelemahan seperti untuk website resmi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi saat ini tidak dapat diakses lagi. Keempat yaitu Evaluasi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi melakukan evaluasi untuk mengulik kembali perencanaan komunikasi yang telah dilakukan untuk menjadi lebih baik lagi pada saat membuat perencanaan yang selanjutnya. Upaya perbaikan dari evaluasi yang dilakukan terkait promosi Festival Perahu Baganduang dengan bentuk meningkatkan promosi, mengupayakan kegiatan pameran di bandara dan hotel,

penyebaran brosur serta pemasangan baliho Festival Perahu Baganduang di tempat-tempat strategis yang menjangkau banyak orang. Akan tetapi perbaikan terkait pelaksanaan festival yang dilaksanakan hanya satu hari dan memperbaiki fasilitas penginapan belum dilakukan

2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan kajian. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Puspita. "Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Pada PT. Rizma Tour & Travel Banjarmasin)." *Mutakallimin* 2, no. 1 (2019).
- Asri, Marwan. *Maketing*. Yogyakarta: AMP YKPN, 1991.
- Bahari, Atwar. "Strategi Pesan Dalam Perencanaan Komunikasi," 2022.
- Batoebara, Maria Ulfa, and Junaidi. "Perencanaan Komunikasi Fasilitator Kesehatan Dalam Program Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS)." *Jurnal Warta* 58 (2018): 2013–15.
- Bratakusuma, Riyaldi Supriyadi. *Perencanaan Pembangunan Daerah : Menggali Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah*. Jakarta: Gramedis Pustaka Utama, 2003.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenata Media Group, 2010.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Dewi, Mutia, and M. Masri Hadiwijaya. "Perencanaan Komunikasi Pemerintah Kota Palembang Dalam Kampanye Program Palembang Emas (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)." *Jurnal Komunikasi* 10, no. 2 (2016): 117–32. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art2>.
- "Dokumentasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan." Teluk Kuantan, 2023.
- Efendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Edisi Revi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993.
- Fadhli, Firdaus. "Analisis Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Wisata Halal Di Aceh." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018.
- Friyah, Fita. "Evaluasi Pelaksanaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan (MUSRENBANG) DI KOTA CILEGON." Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2018.
- Gustina, Ella. "Tradisi Perahu Beganduang Di Lubuk Jambi Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi," 2017.
- Harry, Ahmad. "Wawancara Dengan Sekretaris." Teluk Kuantan, 2023.
- Hidayat, Amri Syarif. *Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasinya*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

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

Solo: Pustaka Iltizam, 2015.

Hikmatyar, Mirza. "Analisis Pengembangan Game Edukasi "Indonesiaku" Sebagai Pengenalan Warisan Budaya Indonesia Untuk Anak Usia 12-15 Tahun." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

Indriana, Dian. *Ragam Alat Bantu Pengajaran*. Yogyakarta: Diva Press, 2011.

Kebudayaan, Dinas Pariwisata dan. "Hasil Wawancara Informan." Teluk Kuantan, 2023.

Kuswaya, Wihardi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Lauren J, Wilson, and Ogden Joseph J. *Strategic Communications Planning*. Iowa: Hunt Publishing Company, 2000.

Lhiweri, Allo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana, 2010.

Lukitaningsih, Ambar. "Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 13, no. 02 (2013).

Maiti, and Bidinger. "STRATEGI PROMOSI WISATA DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (1981): 1689–99.

Marta, Revi. "Proses Perencanaan Komunikasi Pada Pemasaran." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2016): 52–62. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3642/3542>.

Miftakhuddin. "Urgensi Perencanaan Komunikasi Dalam Sebuah Organisasi." *An-Nida' : Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2018): 69–84. <http://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/54>.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

———. *Prosedur Penelitian*. Bandung: Rineka Cipta, 2004.

Mutma, Fasya Syifa, Reni Dyanasari, Prodi Ilmu, Komunikasi Fakultas, and Universitas Pembangunan Jaya. "Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful" 5, no. 2 (2019): 61–80.

Nurjanah. "Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis." *Jurnal Dakwah Risalah* 29, no. 2 (2018): 96. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i2.6406>.

Oktabertiagus, Nise. "Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Dalam Mempromosikan Pacu Jalur Sebagai Icon Pariwisata Daerah,” no. 3645 (2019).

Oktavia, Dila. “Pengaruh Anggaran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pada BPRS Haji Miskin Pandai Sikek.” Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, 2016.

Prawami, Nih Lu Putu krisna. “Upaya Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Pura Kehon Kabupaten Bangli.” *Jurnal Destinasi Pariwisata* 06, no. 01 (2018).

Qolbi, Roshiful. “PROVINSI RIAU DALAM MENANGANI PENYEBARAN COVID-19 DI PEKANBARU,” n.d., 551–66.

Rachmawati, Imami Nur. “Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: WaRachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/Jki.V11i1.184wancara>.” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (2007): 35–40.

Raham, Hendri. “Wawancara Pamong Budaya.” Teluk Kuantan, 2023.

Rangkuti, Freddy. *Strategi Komunikasi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Rianti, Gusra. “Makna Simbolik Tradisi Perahu Baganduang Sebagai Kearifan Lokal Di Lubuk Jambi Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau.” *JOM FISIP* 11, no. 02 (2014).

Ropik, Ainur. “Perencanaan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.” *Intizar* 23, no. 2 (1970): 327–46. <https://doi.org/10.19109/intizar.v23i2.2468>.

Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

Safitri, Nurmalinda Widya. “Makna Simbol Budaya Dan Nilai Estetika Pada Tradisi Perahu Baganduang Di Desa Seberang Pantai Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau” 4 (2017).

Srinah. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: Deepublish, 2016.

Sumamora, Ivanto Petrus. “Perlindungan Hukum Warisan Budaya Tak Benda Indonesia.” Universitas Gadjah Mada, 2017.

Soemirat, Soleh. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- Sulihin, Ismail. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2004.
- . *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukardi. *Evaluasi Pendidikan, Prinsip Dan Operasionalnya*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Susreti. “Wawancara Kepala Bidang Pemasaran Dan Ekonomi Kreatif.” Teluk Kuantan, 2023.
- Suyomukti, Nurani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Swastha, Basu. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007.
- Thoha, M Chabib. *Teknik Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers, 1991.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- Triasibolan Nababan, Frenia. *Modul Perkuliahan Manajemen Public Relations*, 2016.
- Tuhuteru, Ajuan, and Lilis Sukmawati. “Strategi Komunikasi Pemasaran (Suatu Perencanaan Komunikasi Pemasaran Pada PT. Quipper Edukasi Indonesia).” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi II*, no. Ii (2019): 1–7.
- Wachdaniyah, Ayu Rizki, Satriya Wijaya, and Abdul Hakim Zakkiy Fasya. “Literatur Review :Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Menunjang Pemasaran Rumah Sakit.” *Ncu*, no. Imc (2020): 1–7.
- Wijaya, Ida Suryani. “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan.” *Jurnal Perencanaan Dan Strategi Komunikasi XVIII*, no. 1 (2015): 53–61. https://journal.uinsi.ac.id/index.php/lentera_journal/article/view/428.
- Yona, Sri. “Penyusunan Studi Kasus.” *Jurnal Keperawatan Indonesia* 10, no. 2 (2014): 76–80. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.177>.
- Yusuf, Muhammad. “Analisis Pengaruh Promosi,Harga,Kualitas Produk Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda,” 2011.
- Yusuf, Suherman. “Wawancara Kepala Bidang Kebudayaan.” Teluk Kuantan, 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Penemuan Fakta

1. Apakah penemuan fakta itu penting ?
2. Bagaimana melakukan penemuan fakta tentang Festival Perahu Baganduang?
3. Masalah seperti apa yang ditemukan terkait dengan Festival Perahu Baganduang?
4. Solusi apa yang dilakukan untuk penemuan fakta yang ditemukan tentang Festival Perahu Baganduang?
5. Siapa yang melakukan penemuan fakta?

B. Perencanaan

1. Apa saja bentuk perencanaan yang dilakukan terkait promosi Festival Perahu Baganduang?
2. Kendala apa yang dihadapi dalam perencanaan promosi Festival Perahu Baganduang?
3. Bagaimana menghadapi kendala tersebut?
4. Berapa anggaran yang digunakan dalam perencanaan promosi Festival Perahu Baganduang?
5. Siapa target dalam perencanaan promosi Festival Perahu Baganduang?
6. Media apa saja yang digunakan dalam perencanaan promosi Festival Perahu Baganduang?

C. Komunikasi

1. Bagaimana pengaplikasian media yang digunakan dalam promosi Festival Perahu Baganduang?
2. Apakah ada kendala dalam promosi Festival Perahu Baganduang?
3. Apa efek yang diharapkan dari pengaplikasian promosi Festival Perahu Baganduang?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

D. Evaluasi

1. Apakah dilakukan evaluasi terkait program yang dilaksanakan?
2. Kapan evaluasi dilakukan?
3. Mengapa evaluasi dilakukan?
4. Bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan terkait promosi Festival Perahu Baganduang?
5. Apakah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi menerima kritik dan saran dari masyarakat terkait dengan program yang dilaksanakan?
6. Siapa yang terlibat dalam rapat evaluasi?

LAMPIRAN II

Foto Dokumentasi Wawancara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Wawancara dengan Bapak Ahmad Herry selaku Sekretaris Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi



Wawancara dengan Ibu Susreti selaku Kepala Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif dan Bapak Hendri Raham S.E selaku Pamong Budaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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




Wawancara dengan Bapak Suherman Yusuf S.Pd M.M selaku Kepala Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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


UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No.155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani – Pekanbaru 28298 PO Box.1004
Telepon (0761) 562051; Faksimili (0761) 562052
Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-246/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian,

Pekanbaru, 27 Januari 2023

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: RINDANG GUSMA DEWI
N I M	: 11740324238
Semester	: XI (Sebelas)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

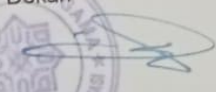
Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Festival Perahu Baganduang."

Adapun sumber data penelitian adalah :
"kantor Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi."

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan


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

Tembusan:
1. Mahasiswa yang bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI
 Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/53461
 TENTANG

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

1.04.02.01
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat
 Permohonan Penelitian dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor :**
B-246/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2023 Tanggal 27 Januari 2023, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	: RINDANG GUSMA DEWI
2. NIM / KTP	: 11740324238
3. Program Studi	: ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL PERAHU BAGANDUANG
7. Lokasi Penelitian	: KANTOR DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperiunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 6 Februari 2023

Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DPM PTSP
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

Tembusan :
 Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kuantan Singingi
 Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Telukkuantan
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOMPLEK PERKANTORAN PEMERINTAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
 Telepon (0760) 2524242 Fax (0760) 2524242 Kode Pos 29562
 Email : dpmptsp@kuansing.go.id, Website : https://dpmptsp.kuansing.go.id
 TELUK KUANTAN

REKOMENDASI
 Nomor : 65/DPMTSP-PTSP/1.04.02.02/2023

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kuantan Singingi, setelah membaca Surat Rekomendasi dari DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU PROVINSI RIAU Nomor:503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/53461 Tanggal 06 FEBRUARI 2023.

Dengan ini memberikan Rekomendasi kepada :

Nama	:	RINDANG GUSMA DEWI
NIM	:	11740324238
Jurusan	:	ILMU KOMUNIKASI
Jenjang Pendidikan	:	DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU
Alamat	:	S1
Judul Penelitian	:	PEKANBARU
	:	"PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL PERAHU BEGANDUANG"
Untuk melakukan Penelitian di	:	KANTOR DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI


Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset / pra riset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan riset / pra riset dan pengumpulan data ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.
3. Hasil riset / pra riset dan pengumpulan data dilaporkan kepada Bupati Kuantan Singingi melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kuantan Singingi.

Demikian rekomendasi ini diberikan agar digunakan sebagaimana mestinya, dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan riset / pra riset ini, dan terima kasih.


Dikeluarkan di : Teluk Kuantan
 Pada Tanggal : 14 Februari 2023

Ditandatangani Secara Elektronik oleh :
Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kuantan Singingi,
JHON PITTE ALSI, S. IP
 Pembina Tk. I. IV/b
 NIP 19801012 200501 1 006



Tembusan : disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kuantan Singingi di Teluk Kuantan;
2. Instansi terkait;
3. Arsip.

 Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

SURAT KETERANGAN
 Nomor : 556/DKP/2023/66

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi :

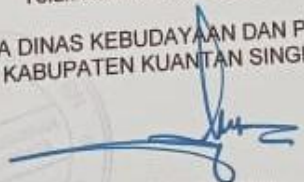
Nama	: RINDANG GUSMA DEWI
NIM	: 1174032238
Jurusan	: Ilmu Komunikasi Dakwa dan Komunikasi UIN Suska Riau
Jenjang Pendidikan	: S1
Alamat	: Pekanbaru
Judul Penelitian	: Perencanaan Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Festival Perahu Beganduang

Nama tersebut adalah benar Mahasiswa Pendidikan Ilmu Komunikasi Dakwa dan Komunikasi UIN Suska Riau, telah melaksanakan pengambilan data dan wawancara di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi pada tanggal 14 Februari 2023 untuk penelitian yang berjudul **"PERENCANAAN KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL PERAHU BEGANDUANG"**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Teluk Kuantan, 29 Februari 2023

**KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
 KABUPATEN KUANTAN SINGINGI,**


Drs. AZHAR, MM
 Pembina Utama Muda IV/c
 NIP. 19680604 199203 1 005

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis bernama Rindang Gusma Dewi. Lahir pada tanggal 28 Agustus 1999 di Desa Pebaun Hulu Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. Penulis merupakan anak pertama dari Ibunda Rita Rina.

Penulis memulai pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) di SD Negeri 003 Pebaun Hulu dan dapat diselesaikan penulis pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) di SMP Negeri 2 Kuantan Mudik dan penulis selesaikan pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) di SMA Negeri 1 Kuantan Mudik yang dapat diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

UIN SUSKA RIAU