

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 DESA PULAU GADANG  
DALAM MEMPROMOSIKAN TEPIAN MAHLIGAI  
SEBAGAI OBJEK WISATA DAERAH**



**SKRIPSI**

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

Oleh :

**WAHYU HIDAYAT**  
**NIM. 11743101670**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2024**



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 : Wahyu Hidayat  
NIM : 11743101670  
Judul : Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang Dalam Mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah

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

Hari : Rabu  
Tanggal : 20 Desember 2023

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

Pekanbaru, 1 Februari 2024




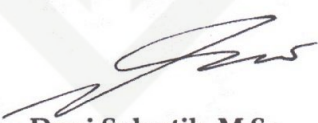
Dekan,  
Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP.19811118 200901 1 006

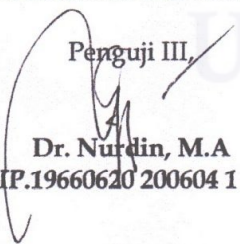
Tim Penguji

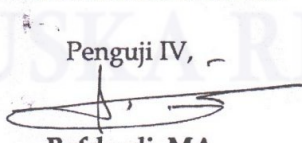
Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

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

  
Dewi Sukartik, M.Sc  
NIP.19810924 202321 2 019

Penguji III,  
  
Dr. Nurdin, M.A  
NIP.19660620 200604 1 015

Penguji IV,  
  
Rafdeadi, MA  
NIP.19821225201101 1 011

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

Diilindungi Undang-Undang

yang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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



## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERENCANAAN KOMUNIKASI DESA PULAU GADANG DALAM MEMPROMOSIKAN TEPIAN MAHLIGAI SEBAGAI OBJEK WISATA DAERAH

Disusun Oleh

**WAHYU HIDAYAT**  
11743101670

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 29 september 2021

Pembimbing

**Dr. Titi Antin, S.Sos.M.Si**  
NIP. 1970030119990320002

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 bertanda tangan 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 : Wahyu Hidayat  
NIM : 11743101670  
Judul : Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Objek Wisata Daerah Pada Masa Pandemi Covid-19

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 5 Oktober 2021

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

Pekanbaru, 5 Oktober 2021.

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

  
Mardiah Rubani, S.Ag., M.Si  
NIM. 19790302 200701 2 023

Penguji II,

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

Pekanbaru, 06 Desember 2021

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 : WAHYU HIDAYAT  
NIM : 11743101670  
Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang Dalam Mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah

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.

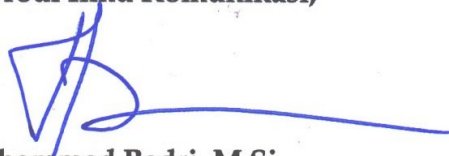
**Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.**

Pembimbing,



**Dr. Titi Antin, S.Sos.M.Si**  
NIP. 1970030119990320002

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.





**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : Wahyu Hidayat  
**NIM** : 11743101670  
**Tempat/Tanggal Lahir** : Bangkinang, 24 Juli 1999  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang Dalam Mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada Footnote dan Daftar Pustaka. Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan 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, 06 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



**Wahyu Hidayat**  
**NIM. 11743101670**

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, memperbanyak atau menerbitkan atau seuruh karya tulis ini tanpa izin penanya.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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** : Wahyu Hidayat  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang dalam Mempromosikan Wisata Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah

Kabupaten Kampar memiliki Destinasi wisata yang beragam, salah satunya wisata Tepian Mahligai yang memiliki potensi untuk dikembangkan agar dikenal masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang dalam mempromosikan wisata Tepian Mahligai. Penelitian ini menggunakan teori model perencanaan komunikasi Philip Lesly yang mempunyai beberapa komponen yaitu terdiri dari dua komponen, komponen organisasi yang menggerakkan kegiatan dan komponen publik yang menjadi sasaran kegiatan. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dengan mengadakan program yang di rancang dengan beberapa tahapan : tahapan analisis data dan riset yaitu kurangnya pengemasan daya tarik wisata dan masih lemahnya pengelolaan kepariwisataan, perumusan kebijakan dengan menjalin kerjasama agar terciptanya pengembangan wisata, perencanaan program pelaksanaan dengan melakukan sosialisasi serta melakukan kegiatan komunikasi dengan media yang ada saat ini.

**Kata kunci** : Perencanaan Komunikasi, Promosi Wisata, Tepian Mahligai

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



**ABSTRACT**

**Name** : Wahyu Hidayat  
**Major** : Communication  
**Title** : **Communication Planning For Pulau Gadang Village In Promoting The Mahligai Edge As a Regional Tourist Attraction**

Kampar Regency has a variety of tourist destinations, one of which is the Tepian Mahligai tourist attraction which has the potential to be developed so that it is known to the wider community. This research aims to find out how communication planning for Pulau Gadang Village in promoting the Mahligai Edge as a regional tourist attraction. This research uses Philip Lesly's communication planning model theory which has several components, namely consisting of two components, an organizational component that drives activities and a public component that is the target of activities. This research uses a qualitative descriptive method, data collection in this research is carried out by observation, interviews and documentation. The results of the research show that the communication planning carried out by the Gadang Island village carries out a program designed in several stages: data analysis and research stages, namely the lack of packaging of tourist attractions and still lack of tourism management, policy formulation by establishing cooperation to create tourism development, planning implementation programs by conducting outreach and carrying out communication activities with current media.

**Keywords:** *Communication Planning, Tourism Promotion, Tepian Mahligai*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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  
 UIN SUSKA RIAU  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





## KATA PENGANTAR



Segala puji kehadiran Allah SWT yang memiliki alam semesta beserta isinya yang selalu memberikan cahaya kebenaran dan ilmu pengetahuan serta kemampuan berfikir, berkreatifitas sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang Dalam Mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah ”

Shalawat serta salam kepada junjungan alam Nabi Muhammad Shallahu’aili wasalam sebagai pembawa risalah kebenaran berupa agama Islam dan kitab suci Al-Quran yang merupakan pedoman hidup hingga akhir zaman.

Peneliti, menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya peneliti haturkan kepada:

Teristimewah buat ayahanda tersayang Syafri (alm) dan ibunda tercinta Halimah dengan ketulusan hati selalu mencurahkan kasih sayang, membimbing, mendidik dan mendoakan untuk kebahagiaan dan kesuksesan ananda sejak usia dini sampai saat ini, dengan penuh pengorbanan dan kasi sayang yang tidak terkira. Sehingga peneliti dapat mempersembahkan karya sederhana ini.

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof.Dr. Hairunnas, M.Ag.
2. Bapak Prof.Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Wakil Dekan I Prof.Dr. Masduki, M,Ag, Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si, wakil Dekan III Dr. H, Arwan, M.Ag.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si, selaku Ketua jurusan Ilmu komunikasi.
4. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos.M.Si selaku Penasehat Akademik. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan.
5. Bapak Artis M.I.Kom selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### 6. Hak cipta milik UIN Suska Riau

Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
 Terima kasih kepada seluruh Bapak-Ibu Dosen, Staf Karyawan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Khususnya program studi Ilmu Komunikasi, yang telah mengajarkan, memberi ilmu, membimbing penulis selama berada di perkuliahan.

#### 7. Hak cipta milik UIN Suska Riau

Terima kasih kepada Bapak Zulia Darma selaku kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar yang telah memberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah menerima penulis dengan baik.

#### 8. Hak cipta milik UIN Suska Riau

Buat kakak dan adik tercinta yang telah memberikan semangat yang begitu luar biasa kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan, dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Besar harapan peneliti kepada pembaca untuk memberikan kritik dan saran, serta penulis menyadari bahwa masih jauh dari katasempurnaan baik dari segi materi maupun teknik penulisan sebuah karya ilmiah. Untuk saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita Aamin ya Robbal'alam.

Pekanbaru, 06 Desember 2023

**WAHYU HIDAYAT**

11743101670

UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Penegasan Istilah</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Kajian Terdahulu</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Kajian Teori</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>35</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>41</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
<b>3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian</b> .....	<b>41</b>
<b>3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian</b> .....	<b>41</b>
<b>3.3 Sumber Data</b> .....	<b>41</b>
<b>3.4 Informan Penelitian</b> .....	<b>42</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>43</b>
<b>3.6 Validitas data</b> .....	<b>45</b>



3.7	Teknik Analisa Data .....	46
<b>BAB IV .....</b>		
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>		
4.1	Tepian Mahligai .....	48
4.2	Desa Pulau Gadang.....	50
<b>BAB V .....</b>		
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		
5.1	Hasil Penelitian.....	52
5.2	Pembahasan.....	65
<b>BAB VI.....</b>		
<b>PENUTUP.....</b>		
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
<b>Lampiran I.....</b>		

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

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

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

Ditangguhkan atau ditunda-tunda untuk sementara waktu atau secara keseluruhan.

Ditangguhkan atau ditunda-tunda untuk sementara waktu.

Ditangguhkan atau ditunda-tunda untuk sementara waktu.

Ditangguhkan atau ditunda-tunda untuk sementara waktu.



## DAFTAR TABEL

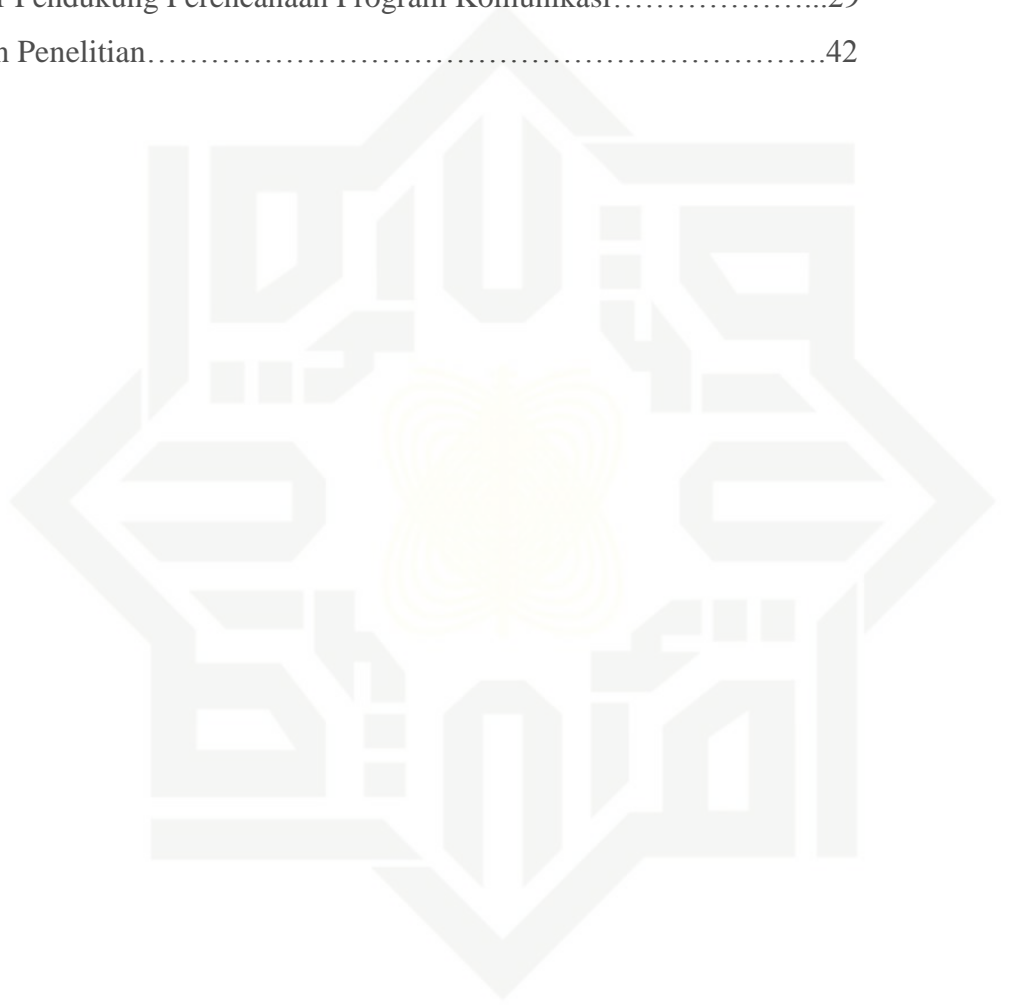
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

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

Rekap kunjungan wisata Tepian Mahligai Tahun 2019-2022 .....	5
Penelitian Terdahulu.....	9
Karakteristik Perencanaan.....	18
Pertimbangan Dalam Penyusunan Perencanaan.....	20
Langkah Menyusun Perencanaan.....	22
Tiga Pilar Pendukung Perencanaan Program Komunikasi.....	29
Informan Penelitian.....	42



UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Fikir.....	39
Gambar 4.1	: Tepian mahligai.....	48
Gambar 5.1	: Banner yang tidak terawat .....	54
Gambar 5.2	: Organisasi POKDARWIS.....	56
Gambar 5.3	: Kerjasama dengan Pt.PLN (persero).....	57
Gambar 5.4	: Organisasi POKDARWIS.....	58
Gambar 5.5	: Investor Tepian Mahligai.....	61
Gambar 5.5	: Publikasi Objek wisata di media Massa.....	63

### Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena pariwisata di Indonesia kita mulai di tahun 1997- an, dimana pada tahun itu kita bangsa Indonesia dilanda krisis multi dimensi yang memberikan dampak cukup berat bagi bangsa ini. Dari ukuran ekonomi makro, menurunnya pertumbuhan ekonomi nasional telah menyebabkan rendahnya penciptaan lapangan kerja. Pada tahun 2002 pengangguran terbuka meningkat menjadi 9,1 juta (Bappenas, 2003) dan ini mengakibatkan penduduk miskin mencapai 28,4 juta jiwa atau 18,20% persen dari penduduk Indonesia yang disusul dengan angka kemiskinan yang mencapai 37,4 juta atau sebesar 17,42 persen dari penduduk Indonesia tahun 2003 (BPS, 2004).

Pada kondisi yang seperti ini, sektor pariwisata telah tumbuh menjadi sektor alternatif yang mampu mendorong pembangunan daerah ketika pilihan pada sektor lain menemui jalan buntu. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang sangat berbasis pada potensi lokal (alam, budaya, dan jasa), tercatat tumbuh sebesar 4,19 persen atau diatas rata-rata pertumbuhan PDB tahun 1998-2002 (BPS, 2003). Sangat menarik pula bahwa ketika Indonesia dilanda krisis kepercayaan dan citra global tahun 1998-2002, kunjungan wisatawan nasional secara kumulatif tumbuh meyakinkan sebesar rata-rata 9,40 persen, masing-masing pertumbuhan wisatawan mancanegara sebesar 4,31 persen dan wisatawan nusantara sebesar 10,20 persen. Pertumbuhan ini cukup mengejutkan karena ketika krisis pecah (1998) terjadi penurunan jumlah kunjungan kumulatif sebesar 30,40 persen. Kebutuhan untuk berwisata ternyata terbukti tidak dapat dihentikan oleh krisis<sup>1</sup>.

Pariwisata adalah salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Lagi pula pariwisata sebagai suatu sektor yang kompleks, meliputi industri-industri dalam arti yang klasik seperti misalnya industri kerajinan tangan dan industri cenderamata. Penginapan dan

<sup>1</sup> Drs. Muchamad Zaenuri, M.Si, *Perencanaan Strategis Kepariwisataaan Daerah Konsep Dan Aplikasi*, (Kraton – Yogyakarta , E-Gov Publishing, 2012), hlm 1-2.

transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai industri.

Di samping itu sektor pariwisata juga mampu menjalankan fungsinya sebagai katup pengaman di saat krisis sekaligus memberikan dampak ganda (multiplier effect) yang cukup besar pada sektor-sektor lain. Pada masa sekarang ini terjadi perubahan yang cukup signifikan berpengaruh pada dunia kepariwisataan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, sebagai akibat dari dinamika global, pasar wisata, perwilayahan, lingkungan, regulasi dan perubahan paradigma. Sebagai akibat dari perubahan paradigma dan lingkungan di samping membawa “cerita manis” tersebut, ternyata pariwisata menimbulkan permasalahan yang bersifat multi dimensi dan kompleks, namun demikian pembangunan kepariwisataan tetap penting untuk dilakukan dalam mendukung pembangunan nasional. Pembangunan kepariwisataan memiliki peran yang penting dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam aspek ekonomi, sektor pariwisata memberi kontribusi devisa dari kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) beserta komponen-komponennya. Dalam aspek sosial, pariwisata berperan dalam penyerapan tenaga kerja, apresiasi seni, tradisi dan budaya bangsa, dan peningkatan jati diri bangsa. Dalam aspek lingkungan, dapat mengangkat produk dan jasa wisata seperti kekayaan dan keunikan alam dan laut, dan alat yang efektif bagi pelestarian lingkungan alam dan seni budaya tradisional<sup>2</sup>.

Provinsi Riau memiliki potensi wisata yang cukup bagus prospeknya, namun potensi wisata tersebut belum dikelola dengan baik, sehingga belum mampu menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke provinsi Riau. Kondisi ini sangat disayangkan karena pariwisata dapat menjadi salah satu sumber devisa negara. Walaupun demikian Provinsi Riau sendiri sesungguhnya memiliki banyak objek wisata, baik itu wisata alam, rekreasi, budaya maupun wisata religi, namun demikian minat wisatawan untuk datang berkunjung ke tempat-tempat di provinsi Riau masih rendah dan belum mampu mencapai target yang ditetapkan, salah satunya berada di Kabupaten Kampar.

<sup>2</sup>Ibid, hlm 3.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Riau, Indonesia. Di samping julukan Bumi Sarimadu, Kabupaten Kampar yang beribu kota di Bangkinang ini juga dikenal dengan julukan Serambi Mekkah. Kabupaten ini memiliki luas 11.289,28 km<sup>2</sup> atau 12,26% dari luas Provinsi Riau dan berpenduduk 851.837 jiwa pada tahun 2018.

Pada awalnya Kampar termasuk sebuah kawasan yang luas, merupakan sebuah kawasan yang dilalui oleh sebuah sungai besar, yang disebut dengan sungai Kampar. Berkaitan dengan prasasti kedudukan bukit, beberapa sejarawan menafsirkan Minanga Tanvar yang bermaksud pertemuan dua sungai yang diasumsikan bertemunya sungai Kampar Kanan dengan sungai Kampar Kiri. Pertemuan ini didukung dengan pertemuan Candi Muara Takus di Tepian Sungai Kampar Kanan, yang diperkirakan telah ada sejak masa Sriwijaya.

Kabupaten Kampar memiliki beberapa objek wisata yang sudah cukup dikenal masyarakat khususnya masyarakat Kampar, diantaranya Ulu kasok, Puncak kompe, Batu tilam, Gulamo, Tepian mahligai dan masih banyak lagi. Semua objek wisata yang ada di kabupaten Kampar takkalah oleh objek wisata daerah lain yang ada di Indonesia khususnya di Provinsi Riau.

Pariwisata sekarang ini telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di berbagai lapisan bukan hanya untuk kalangan tertentu saja. Sehingga dalam penanganannya harus dilakukan dengan serius dan melibatkan pihak-pihak terkait. Selain itu untuk mencapai semua tujuan pengembangan pariwisata harus diadakan promosi agar potensi dan daya tarik wisata dapat lebih dikenal dan mampu menggerakkan calon wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati tempat wisata. Dalam hal ini industri pariwisata berlomba-lomba untuk menciptakan produk pariwisata yang lebih bervariasi menyangkut pelestarian dari objek wisata itu sendiri sesuai dengan tujuan pembangunan pariwisata yaitu untuk mengenalkan keindahan alam, sejarah, budaya dan adat istiadat yang beraneka ragam<sup>3</sup>.

<sup>3</sup>Wardhani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2008),



Munculnya objek wisata nampaknya memberikan perubahan pada mata pencarian masyarakat sekitar. Sarana dan prasarana dalam suatu objek wisata ini sangat diperlukan agar menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata, semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan di suatu objek wisata akan membuat wisatawan nyaman. Ada berbagai usaha yang bisa dilakukan oleh Masyarakat di sekitar Objek Wisata, misalnya mendirikan rumah makan, berdagang oleh-oleh, berjualan cenderamata, pernak-pernik, oleh-oleh khas Kampar, menjadi tukang parkir, membuka usaha jasa seperti penyewaan perahu, dan jasa fotografer yang semuanya itu mampu memberikan pendapatan kepada masyarakat. Pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Sebagai sebuah aktivitas campuran untuk memenuhi permintaan akan jasa dan produk, pariwisata dapat menjadi pendorong bagi produk sektor lain seperti makanan, cinderamata, dan sebagainya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, ditemukanlah identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu ada beberapa wisata di Kabupaten Kampar mengalami penurunan jumlah pengunjung, salah satunya adalah wisata Tepian Mahligai, tidak dipungkiri penyebab itu karena pandemi yang melanda dunia. Kurangnya pengunjung yang datang ke tempat objek wisata yang ada di Kabupaten Kampar pada masa pandemi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mempunyai perencanaan khusus dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Kampar.

Tepian Mahligai adalah salah satu wisata alam yang menikmati pemandangan kearah wadiah PLTA Koto Panjang dan hutan yang menghijau di sekitar waduk. Dermaga Tepian Mahligai yang dulunya hanyalah perkebunan karet dan tempat bongkar muat hasil perkebunan karet, maupun hasil tangkapan ikan, apalagi semenjak tahun 2017 tempat Dermaga Tepian Mahligai saat itu bisa dikatakan seperti biasa saja, setelah berkat bantuan tangan masyarakat Desa Pulau Gadang, terwujudlah Wisata Tepian Mahligai tersebut. Masyarakat Pulau Gadang mendapatkan Bantuan dari PT PLN yang berupa dana untuk terwujudnya Objek Tepian Mahligai. Bantuan tersebut yang di berikan untuk mengalih potensi wisata dan meningkatkan perekonomian, PT PLN berharap kalau bantuan tersebut menjadi awal kerja

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



sama yang baik antara PLN dengan masyarakat Pulau Gadang dalam menjaga kelancaran Operasional PLN Koto Panjang. Semenjak itulah terwujudnya objek wisata Dermaga Tepian Mahligai.

**Tabel 1.1**

**Rekap kunjungan wisata Tepian Mahligai Tahun 2019-2022**

No	Tahun	Jumlah
1	2019	232.602
2	2020	70.186
3	2021	68.383
4	2022	58.747

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar : 2022

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis berminat untuk meneliti fenomena tersebut apakah ada upaya atau rencana lain lagi yang lebih maksimal dalam mempromosikan dan mengekspose objek wisata di Kabupaten Kampar dan penulis mengangkat hal tersebut menjadi judul dari penelitian penulis, dengan judul: “PERENCANAAN KOMUNIKASI DESA PULAU GADANG DALAM MEMPROMOSIKAN TEPIAN MAHLIGAI SEBAGAI OBJEK WISATA DAERAH “Oleh sebab itu, peneliti merasa penelitian ini sesuai dengan Jurusan Ilmu Komunikasi.

## 1.2 Penegasan Istilah.

### a) Perencanaan Komunikasi

Menurut *John Middleton*, perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu diantara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi<sup>4</sup>.

<sup>4</sup>Haed Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2013),



## b) Desa Pulau Gadang

Desa Pulau Gadang adalah nama suatu wilayah di Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Pada Tanggal 31 Agustus 1992 masyarakat Desa Pulau Gadang dipindahkan karena adanya pembangunan Dam PLTA Koto Panjang (Milik PLN), maka perpindahan yang dialami masyarakat Desa Pulau Gadang, mengakibatkan masyarakat harus memulai membentuk berbagai macam bidang dalam menjalani kehidupan. Diantaranya memulai menanam tumbuhan baru merenovasi rumah dan menciptakan usaha-usaha demi kelangsungan hidup pada lingkungan baru. Melalui program-program pemerintah Transmigrasi disalurkan bantuan-bantuan untuk menunjang kehidupan masyarakat.

## c) Promosi

Pengertian promosi menurut Siswanto adalah Promosi adalah kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan meningkatkan kembali produk sasaran pembeli dengan harapan mereka tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk<sup>5</sup>.

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang berada dalam lingkup Humas. Sebagaimana diungkapkan oleh Ardianto, bahwa pada dasarnya Humas pemerintahan dibentuk untuk mempublikasikan atau mempromosikan kebijakan-kebijakan pemerintahan, rencana-rencana tentang peraturan dan perundang-undangan dan segala sesuatunya yang berpengaruh kepada kehidupan masyarakat.

Promosi diartikan sebagai aktivitas yang ditujukan untuk memberitahukan, membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan atau suatu lembaga. Promosi adalah usaha “penjual” untuk membujuk agar “konsumen” mau menerima, menjual kembali atau menggunakan barang, jasa atau ide yang dipromosikan tersebut. Secara singkat, promosi mencoba mempengaruhi pengetahuan, sikap dan tingkah laku “konsumen” dan membujuk mereka untuk menerima konsep, jasa atau produk lainnya<sup>6</sup>.

<sup>5</sup>David Fred R, *Manajemen Strategis: Konsep Edisi Ke 7*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), hlm.119.

<sup>6</sup>Winardi, *Promosi Dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju, hlm 104.



#### d) Wisata Tepian mahligai

Dermaga Tepian Mahligai adalah destinasi yang berada di desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar tepatnya di sepanjang aliran danau PT. PLTA Koto Panjang yang telah ada sejak tahun 2017. Lokasi dari objek ini berada di jalan nasional Riau - Sumbar berjarak 30 km atau dua jam dari Kota Pekanbaru. Destinasi ini memiliki berbagai fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan dalam berwisata, seperti wahana bermain, spot foto, toilet, gazebo, camping ground, pompong atau perahu motor. Lalu juga terdapat wahana permainan untuk anak-anak dan juga segala kalangan umur, seperti balon air, bebek air, ATV dan masih banyak lagi<sup>7</sup>.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah: Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang dalam mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah Di Kabupaten Kampar ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang dalam mempromosikan Tepian Mahligai Sebagai Objek Wisata Daerah Di Kabupaten Kampar

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian sebagai bahan untuk menggali tambahan pengetahuan penulis tentang masalah-masalah dan ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memeberikan informasi dan bahan bacaan atau sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan, wawasan atau bahan pertimbangan dalam menghadapi masalah yang sama.\

<sup>7</sup> <https://jemari.riau.go.id/objek-wisata/dermaga-tepian-mahligai>, pukul 20.15, 17 Oktober 2023



## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan kepada Desa Pulau Gadang Kabupaten Kampar sebagai bahan evaluasi dalam mempromosikan Objek Wisata di Kabupaten Kampar.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penulisan dalam pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang akan dilakukan.

### BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini membahas tentang kajian teori yang mendukung penyusunan penelitian ini, penegasan istilah, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini meliputi Jenis dan pendekatan penelitian kualitatif, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data

### BAB IV : DESKRIPSI UMUM

Pada bab ini membahas tentang deskripsi umum tempat penelitian dalam hal ini adalah Desa Pulau Gadang Kabupaten Kampar.

### BAB V : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas gambaran umum penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian.

### BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan ataupun pertimbangan.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hal Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### 2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Perencanaan Komunikasi Desa Pulau Gadang Dalam Mempromosikan Tepian Mahligai.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Aspek Penelitian	Keterangan
1	Peneliti	Ayu Erlina
	Judul	Perencanaan Komunikasi Dalam Membentuk Program Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatiak Kabupaten Indragiri Hulu
	Jenis	Jurnal
	Tahun	Jom Fisip Vol. 5: Edisi 11 Juli – Desember 2018
	Metode Penelitian	Metode Deskriptif Kualitatif
	Teori Yang Digunakan	Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly
	Hasil	Hasil penelitian menunjukkan hasil dari observasi dan wawancara dengan informan dilapangan menunjukkan bahwa, setelah dilakukan sosialisasi tahap awal dan tahap kedua kepada masyarakat, diskominfo mendorong masyarakat untuk membentuk kelompok kim disetiap desa, hal ini dibuktikan dengan terbentuknya 30 kelompok informasi masyarakat yang tersebar diseluruh kecamatan di kabupaten indragiri hulu. Pengembangan dan pemberdayaan dilakukan adalah upaya memberikan penguatan kepada setiap



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## © Hak cipta milik UIN

## Suska Riau

## State Islamic University

## of Sultan Syarif Kasim Riau

		kelompok agar dapat melakukan aktivitas sesuai dengan fungsi umum kelompok informasi masyarakat dan fungsi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan kelompok masyarakatnya
	Perbedaan	Perbedaannya yaitu penelitian penulis mengkaji tentang perencanaan dalam membentuk program kelompok informasi masyarakat. Sedangkan skripsi ini mengkaji tentang perencanaan komunikasi dalam mempromosikan wisata.
2	Peneliti	Fahrul Rozi
	Judul	Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Dan Kebudayaan Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Pulau Cawan Sebagai Objek Wisata
	Jenis	Skripsi
	Tahun	2020
	Metode Penelitian	Metode Deskriptif Kualitatif
	Teori Yang Digunakan	Model Cutlip Dan Center
	Hasil	Hasil penelitian ini adalah, perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh dinas pariwisata, kepemudaan dan olahraga dan kebudayaan kabupaten indragiri hilir dengan melakukan promosi lokal dan nasional dan media yang digunakan dinas pariwisata, kepemudaan dan olahraga dan kebudayaan kabupaten indragiri hilir dalam mempromosikan sehingga menarik minat pengunjung objek.
	Perbedaan	Perbedaannya Terletak Pada Teori Yang Dipakai Pada Penelitian Ini
3	Peneliti	Irwan Susanto
	Judul	Perencanaan Pembangunan Pariwisata Di Daerah (Studi Pelaksanaan Program Pada Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan)

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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:
- 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 milik UIN Suska Riau	Jenis	Jurnal
	Tahun	JIAP Vol. 2, No. 3, Pp 1-9, 2016
	Metode Penelitian	Metode Kualitatif
	Teori Yang Digunakan	Model Yin (2011). Yin Mengemukakan Metode Analisis Data Dengan Melalui Lima Tahapan, Antara Lain (1) Compiling, (2) Disassembling, (3) Reassembling (And Arraying), (4) Interpreting, And (5) Concluding.
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Hasil	Pembangunan destinasi tidak dapat dilepaskan dari aspek keindahan. Karena pembangunan fasilitas yang sebenarnya bukan merupakan atraksi dapat menjadi atraksi penunjang apabila dapat dikemas secara inovatif dan menarik, misalnya sarana mck sebagai sarana penunjang, namun apabila dikemas dengan bentuk bangunan misalnya berbentuk binatang atau bangunan unik lainnya akan menjadi daya tarik tersendiri. Gazebo yang merupakan sarana pendukung namun apabila dikemas dalam bentuk goa mini dengan model menarik akan menjadi atraksi yang dapat menarik minat pengunjung. Dan hal tersebut belum ditemui pada destinasi wisata yang ada di kabupaten pekalongan. Belum ada konsep yang jelas terhadap pembangunan yang dilakukan. Pendekatan kegiatan masih merupakan pendekatan fisik semata belum menyentuh nilai estetika dan filosofi tertentu.
	Perbedaan	Penelitian Ini Melakukan Kegiatan Perencanaan Dalam Membangun Pariwisata Daerah
4	Peneliti	Yoan Colina
	Judul	Perencanaan Dalam Pengembangan Wisata Daerah Di Kabupaten Katingan
	Jenis	Jurnal



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

	Tahun	E-ISSN 2407-6864 Vol. 6, No. 1, 2016
	Metode Penelitian	Metode Kualitatif
	Hasil	Pembangunan kepariwisataan diarahkan kepada peningkatan atau pengembangan usaha kepariwisataan agar menjadi sektor usaha andalan yang turut menggerakkan kegiatan ekonomi. Selain itu, lapangan kerja, pendapatan masyarakat dan pendapatan daerah juga lebih meningkat. Pada tahun 2013, kepariwisataan di kabupaten katingan diharapkan menjadi andalan perekonomian daerah berdasarkan sumberdaya alam dan budaya lestari
	Perbedaan	Dalam Penelitian Ini Peneliti Mnrkaji Tentang Peningkatan Ekonomi Dari Pengaruh Objek Wisata
5	Peneliti	Nisa Amalia Setiawan
	Judul	Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong
	Jenis	Jurnal
	Tahun	Trikonomika Volume 13, No. 2, Desember 2014
	Metode Penelitian	Metode Kualitatif
	Teori Yang Digunakan	Model Proses Analisis Data Miles Dan Huberman Yang Terdiri Atas Tiga Tahapan
	Hasil	Menjelaskan lembaga pelaksana promosi dan elemen strategi desa wisata jelekong, penulis juga menyajikan penjelasan singkat mengenai hambatan yang dihadapi kompepar giriharja dalam menjalankan strategi promosi desa wisata jelekong. Hambatan ini terbagi menjadi dua, yakni hambatan teknis dan hambatan non teknis. Hambatan teknis berkaitan dengan minimnya pengetahuan promosi para pengurus dan perbedaan bahasa. Hambatan non teknis yang dihadapi, antara lain terbatasnya anggaran dana promosi, kurangnya sdm, belum



- 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 milik UIN Suska Riau		siapnya sarana prasarana, dan kurangnya dukungan pelaku seni.
	Perbedaan	Pada Penelitian Ini Lebih Kepada Strategi
6	Peneliti	Lutfrida Salman
	Judul	Analisis Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Visit Lombok Sumbawa
	Jenis	Tesis
	Tahun	2012
	Metode Penelitian	Metode Kualitatif.
	Teori Yang Digunakan	Model Pemasaran Terpadu Makro Tom Duncan
	Hasil	Diperoleh melalui kapan pencamaan (resepsi) khalayaknya terhadap program pengembangan pemasaran yang dilakukan lembaga menimbulkan resepsi yang beragam terhadap perfarmas lembaga dan promosi, perbedaan sudut pandang dalam menilai, perlakuan dan ketidak berdayaan sebuah lembaga pemerintah dalam mengaplikasikan konsep tersebut secara luwes menjadi faktor yang sangat mempengaruhi penerimaan khalayaknya. Meslupun begitu disparsebud kab. Bangka dianggap telah cukup berhasil mengkampanyekan potensi panwisata daerah karena terjadinya peningkatan ekuitas merek dimata wisatawan sebagai konsumenn.
Perbedaan	Peneliti Menggunakan Analisis Perencanaan	
7	Peneliti	Suanti Tungala, Ken Amasita Saadjad
	Judul	Strategi Komunikasi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai
	Jenis	Jurnal
	Tahun	Vol. 11, No. 2, Desember 2019
	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif Moedel Interaktif
	Teori Yang Digunakan	Menggunakan Teknik Sampling Purposive



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sunan Kalijaga Kasim 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.

	Sampling,
Hasil	Berdasarkan hasil dan tujuan dalam penelitian ini, yakni untuk mengetahui strategi komunikasi pada dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata kabupaten banggai, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa, melihat kondisi lingkungan internal dan eksternal yang dapat dirumuskan pada faktor internal dan eksternal yang indikatornya dapat dikemukakan dalam uraian matriks analisis swot dari faktor internal dan eksternal, bahwa kekuatan yang dapat dimanfaatkan untuk merebut dan memanfaatkan peluang (so), dalam suatu strategi komunikasi oleh dinas pariwisata kabupaten banggai yakni, pengelolaan objek wisata baru yang berbasis kelestarian lingkungan (green invesment), dan penggunaan media yang lebih inovatif, sehingga hal ini merupakan kekuatan yang dimiliki dapat mengatasi ancaman (st), dalam upaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan seperti halnya melakukan kerjasama dengan pihak terkait (investor), sedangkan peluang yang ditemukan dalam strategi komunikasi ini yang dapat dimanfaatkan untuk meminimalkan kelemahan (wo),
Perbedaan	Dalam Penelitian Ini Terdapat Perbedaan Dalam Tempat Penelitian Dan Judul Strateginya

## 2.2 Kajian Teori

Dalam suatu penelitian teori berperan mendorong pemecahan suatu permasalahan dengan jelas dan sistematis. Hal ini sangat berkaitan erat dengan pengertian teori yakni serangkaian asumsi, konsep, konstruk, definisi, dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena secara sistematis dengan cara

merumuskan antar konsep. Adapun teori yang relevan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 2.2.1 Perencanaan Komunikasi

#### a. Defenisi Perencanaan

Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik pada lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Manusia lahir untuk menjawab tantangan (challenge and response) yang dihadapinya. Manusia sebagai makhluk rasional memiliki potensi untuk mengubah kehidupannya dari cara yang tradisional menjadi modern, dari yang sulit ke cara hidup yang lebih mudah dan menyenangkan. Keinginan manusia untuk mengubah hidupnya ini menjadi landasan filosofi perencanaan, bahwa perubahan itu dilakukan untuk memperoleh kepuasan dengan hasil yang optimal, serta adanya upaya untuk melakukan penyesuaian jika terjadi kendala dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Beberapa pakar mencoba memberi pengertian atau definisi apa yang dimaksud dengan perencanaan.

- 1) Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mengidentifikasi syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.
- 2) *Planning is a process for determining appropriate future action through a sequence of choices* (Perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan tindakan yang akan diambil secara tepat melalui serangkaian pilihan-pilihan).
- 3) Planning (perencanaan) adalah keseluruhan proses pemikiran dan penentuan secara matang dari hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.



- 4) Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu<sup>8</sup>.

Meskipun pengertian perencanaan yang dikemukakan di atas berbeda satu sama lainnya, namun para ahli menyetujui bahwa perencanaan pada hakikatnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan terus-menerus serta dikelola untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, dalam perencanaan ada dua belas pokok pikiran yang terkandung di dalamnya, yakni:

- 1) Perencanaan sebagai usaha yang disengaja, dan dilakukan secara sadar.
- 2) Perencanaan menempatkan manusia sebagai modal dasar dalam menggerakkan seup usaha.
- 3) Perencanaan menggunakan hasil riset, data, dan informasi. Ada tujuan yang ingin dicapai, sehingga memerlukan keputusan dan
- 4) tindakan yang akan diambil.
- 5) Ada keinginan untuk melakukan perubahan.
- 6) Berorientasi masa depan (optimis).
- 7) Pemecahan masalah.
- 8) Pemilihan alternatif.
- 9) Pengalokasian sumber daya socio-technical.
- 10) Menjadi dasar acuan pelaksanaan.
- 11) Menjadi pengendali dan monitoring pelaksanaan.
- 12) Perencanaan sebagai proses yang berkelanjutan.

Dari dua belas pokok-pokok pikiran di atas dapat disimpulkan bahwa kapan seseorang membuat perencanaan berarti ia menetapkan apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan, siapa yang akan mengerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Perencanaan adalah jembatan yang mengantarai dari mana kita berangkat dan ke mana kita mau pergi.

Perencanaan dalam dilihat dari berbagai perspektifserta ruanglingkup yang dicakupinya. Karena itu perencanaan dapat digolongkan beberapa tipe:

1. Perencanaan menurut substantif (ekonomi, sosial, politik)

<sup>8</sup>Hafied, loc.cit, hlm 22.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Perencanaan menurut tingkatan (makro, meso, mikro)
3. Perencanaan menurut ruang lingkup (strategik, manajerial, operasional)
4. Perencanaan menurut sistem desain (perbaikan dan pengembangan)
5. Perencanaan menurut ruang lingkup teritorial (wilayah, daerah, kawasan)
6. Perencanaan menurut jangka waktu (jangka pendek, menengah, panjang)
7. Perencanaan alternatif (komitmen, kontingensi, reponsif)<sup>9</sup>.

Pentingnya Perencanaan Pariwisata begitu kompleksnya dalam pengembangan pariwisata, sehingga dalam perencanaannya tidak hanya mementingkan wisatawan, tetapi harus melibatkan semua pihak yaitu para stakeholder, pemerintah, dan kalangan masyarakat umum (Gokal). Sehingga diperlukannya kesepahaman mengenai seluk beluk kepanwisataan, dampak positif dan negatifnya dan juga timbal balik antara sector pariwisata dengan sector lainnya. Perlu diketahui bahwa perencanaan adalah sebuah proses pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan dari suatu destinasi atau atraksi. Planning adalah proses yang bersifat dinamis untuk menentukan tujuan, bersifat sistematis dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, merupakan implementasi dari berbagai alternatif pilihan dan evaluasi apakah pilihan tersebut berhasil.

Proses perencanaan menggambarkan lingkungan yang meliputi elemen elemen politik, fisik, sosial, budaya dan ekonomi, sebagai komponen atau elemen yang saling berhubungan dan saling tergantung, yang memerlukan berbagai pertimbangan. Perencanaan adalah sesuatu proses penyusunan tindakan-tindakan yang mana tindakan tersebut digambarkan dalam suatu tujuan (jangka pendek, jangka menengah, maupun jangka panjang) yang didasarkan kemampuan kemampuan fisik, ekonomi, sosial budaya, dan tenaga yang terbatas. Perencanaan dan suatu daerah tujuan (destination plan) yang baik akan dapat memudahkan tujuan yang ingin dicapai, disamping dapat menekan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif pada suatu

<sup>9</sup>Hafied, Loc.cit, hlm 24.

destinasi wisata. Perencanaan regional mencakup perencanaan pembangunan suatu daerah tujuan wisata secara geografis di daerah yang memiliki potensi sebagai destinasi wisata<sup>10</sup>.

Perencanaan yang baik menggambarkan kemampuan yang ada pada saat sekarang, peluang-peluang yang ada pada masa depan. Selanjutnya menyajikan berbagai alternatif kegiatan yang layak dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Perencanaan memiliki fungsi yang sangat penting, yakni sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu program, kegiatan, maupun kebijakan. Dengan perencanaan yang matang, maka organisasi itu akan dapat mengelola segala sumber daya untuk mendukung pencapaian tujuan. Dari beberapa definisi tersebut, ada beberapa kata kunci yang menegaskan karakteristik perencanaan, yaitu: <sup>11</sup>.

**Tabel 2.2**  
**Karakteristik Perencanaan**

Karakteristik	Penjelasan
Berorientasi ke masa depan	Hakikat perencanaan adalah proses berpikir untuk melakukan antisipasi kegiatan-kegiatan yang sebaiknya dilaksanakan di masa depan. Perencanaan dapat disusun dalam jangka pendek, misalnya untuk kegiatan tahun depan, maupun untuk jangka menengah dan jangka panjang, lima tahun ke depan, sepuluh tahun ke depan, dan sebagainya.
Langkah-langkah yang akan dilakukan	Menegaskan adanya langkah-langkah yang harus dikerjakan oleh orang yang tepat, atau sesuai dengan kedudukan dan kewenangan. Langkah-langkah yang telah direncanakan dibagi dan dijabarkan lebih teknis ke dalam jadwal pelaksanaan kegiatan. Dengan demikian setiap langkah memiliki urutan prioritas untuk

<sup>10</sup>Drs.H.Oka A.Yeoti,MBA,*Perencanaan Dan Pengembangan Priwisata( Jakarta: Pradnya Paramita, 2008)*, hlm 4.

<sup>11</sup>Dr.Suranto Aw,Mpd., Msi, *Perencanaan Dan Evaluasi Program Komunikasi*,(Pena Pressindo: Januari 2019), hlm 2.







	mendukung keefektifan pencapaian tujuan.
Mengacu pada teori dan realitas	Bahwa semua kegiatan yang direncanakan disusun berdasarkan kajian teoritis dan mengacu kepada realitas yang ada. Artinya penyusunan perencanaan harus berada pada kerangka berpikir logis yang didukung oleh teori-teori yang relevan, serta merespon berbagai realitas empiris yang terjadi di masyarakat. Dengan demikian perencanaan didukung oleh teori dan secara riil berakar dalam aktivitas hidup keseharian organisasi atau lembaga.
Mengandung pemecahan masalah	Bahwa perencanaan yang baik adalah merupakan solusi atas berbagai permasalahan. Dengan demikian butir-butir kegiatan yang direncanakan perlu mengantisipasi kemungkinan munculnya masalah tertentu di masa mendatang.
Fleksibel	Bahwa kegiatan-kegiatan, nilai-nilai, dan aturan-aturan yang direncanakan perlu sifat fleksibel dalam rangka penyesuaian dengan tuntutan zaman. Perencanaan yang baik selalu bersikap terbuka untuk menyesuaikan dengan perkembangan pemikiran baru, situasi dan kondisi termutakhir, tanpa menghilangkan atau mengingkari jati diri yang terkandung dalam profil organisasi.
Tujuan bersama	Bahwa perencanaan menekankan kepada komitmen mencapai tujuan bersama yang menyatukan semua komponen untuk meningkatkan fokus pengabdianya. Tujuan bersama sebuah organisasi bahkan merupakan harapan dan idealisme yang memberi arah pada harapan masa depan yang didambakan.

Bagi sebuah organisasi modern, perencanaan memiliki fungsi yang sangat penting, yakni sebagai pedomandalam melaksanakan suatu program, kegiatan, maupun kebijakan. Dengan perencanaan yang matang, maka organisasi itu akan dapat mengelola segala sumber daya untuk mendukung

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tujuan. Bahkan dalam kehidupan pribadi, perencanaan sudah menjadi kebutuhan setiap individu. Dapat dikatakan bahwa salah satu ciri organisasi atau individu yang berpikiran maju adalah dimilikinya perencanaan dalam menyongsong dan menyiapkan masa depan. Misalnya seseorang akan membangun rumah. Agar hasil pembangunan 4 rumah tersebut sesuai dengan yang diharapkan, maka sejak awal perlu disusun suatu rencana bangunan atau yang disebut cetak biru (blue print), atau gambar teknik. Gambar teknik ini akan menjadi pedoman bagi semua pihak yang berkepentingan untuk mewujudkan profil bangunan rumah yang menjadi tujuan.

Perencanaan yang baik harus dapat disusun secara cermat melalui proses pengumpulan dan pengolahan informasi, menampung pendapat dari berbagai pihak, dengan mempertimbangkan beberapa aspek sebagaimana dijelaskan pada tabel 1.2 berikut ini<sup>12</sup>.

**Tabel 2.3**  
**Pertimbangan Dalam Penyusunan Perencanaan**

Aspek yang perlu dipertimbangkan	Penjelasan
Kondisi masa depan	Bahwa perencanaan harus menyesuaikan dan mengantisipasi berbagai peluang dan tantangan pada masa yang akan datang. Perencanaan itu harus memperhatikan situasi politik, ekonomi, dan berbagai aspek peluang kompetitif di masa depan.
Situasi dan kondisi saat ini	Dalam penyusunan perencanaan diperlukan informasi yang lengkap untuk menggambarkan situasi dan kondisi saat ini. Informasi tentang kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman. Berbekal analisis situasi maka dapat disusun skala prioritas yang relevan.
Tindakan dan langkah kongkrit	Artinya di dalam perencanaan harus sudah tergambar alternatif tindakan untuk mengatasi

<sup>12</sup>Ibid, hlm 4.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	berbagai hambatan, serta visualisasi peranan yang akan dimainkan organisasi di masa depan. Terdapat identifikasi tugas yang harus dikerjakan di masa depan. Menggambarkan langkah-langkah/tindakan yang kongkrit sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan organisasi.
Optimisme	Jajaran pimpinan maupun anggota organisasi harus memiliki optimisme bahwa semua yang direncanakan akan dapat direalisasikan.
Rasional dan realistis	Perencanaan harus disusun berdasarkan hasil kajian yang objektif sesuai dengan kemampuan organisasi. Perencanaan perlu memperhatikan ketersediaan finansial, maupun sumber-sumber (resources) lainnya.
Partisipatif	Perencanaan memerlukan konsultasi dan berbagi informasi dengan para pemangku kepentingan. Dalam penyusunan perencanaan di sebuah organisasi perlu partisipasi anggota.

Untuk mencapai tujuan organisasi, tentu saja terdapat beberapa tujuan antara. Misalnya pada program pertanian, untuk mencapai tujuan memenangkan kompetisi dari persaingan merebut pasar produk pertanian organik, maka harus ditempuh melalui proses panjang yang dimulai dengan penyiapan lahan, pemilihan bibit unggul, perawatan yang maksimal, dan sebagainya. Hal ini berarti dalam menyusun sebuah perencanaan, diperlukan langkah-langkah yang memiliki urutan atau sekuensi yang logis.

Selain itu perlu disadari, bahwa langkah-langkah untuk menyusun perencanaan yang baik, diperlukan proses komunikasi antar divisi atau elemen yang ada dalam organisasi. Melalui aktivitas berkomunikasi dengan berbagai pihak, kita dapat menampung aspirasi dan usulan-usulan dari bawah, pengarahan dari atasan, selanjutnya tim penyusun perencanaan mengolah dan mengkomunikasikan lebih lanjut untuk mendapatkan tanggapan. Kesimpulan yang diambil menggambarkan pola isi perencanaan itu mengakomodir usulan

dan aspirasi dari berbagai kalangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa untuk menyusun perencanaan, perlu memperhatikan tiga langkah<sup>13</sup>.

**Tabel 2.4**  
**Langkah Menyusun Perencanaan**

Komunikasi	Aspirasi	Perencanaan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi dengan berbagai pihak untuk mendapatkan informasi.</li> <li>• Komunikasi untuk menegaskan upaya merangkul semua pihak untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses penyusunan perencanaan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diperolehnya aspirasi, pendapat, saran dari berbagai pihak sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan perencanaan.</li> <li>• Tampung semua aspirasi kemudian dipilih dan pilah untuk mendapatkan aspirasi yang menjadi tujuan bersama.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan yang efektif disusun secara terbuka melalui proses komunikasi dan penjangkaran aspirasi.</li> <li>• Perencanaan yang disusun dengan didahulunya proses komunikasi dan partisipasi dan diharapkan pada implementasinya memperoleh dukungan dari semua pihak.</li> </ul>

Dengan adanya proses komunikasi dalam rangka menyusun perencanaan, maka dapatlah dimaknai semangat yang terkandung di dalamnya yaitu mengumpulkan informasi dari berbagai kalangan. Bahwa dengan cara itu maka aspirasi anggota diperhatikan. Anggota merasa terlibat dalam penyusunan perencanaan itu, sehingga pada giliran berikutnya mereka akan mendukung realisasi dari perencanaan itu. Dengan demikian dapat kita asumsikan bahwa proses komunikasi memperkokoh hasil perencanaan. Dengan komunikasi yang melibatkan seluruh elemen organisasi dalam penyusunan perencanaan dan program kerja membuat anggota organisasi

<sup>13</sup>Ibid, 6.



### 2.2.2 Defenisi Komunikasi

merasa terlibat dan merasa memiliki andil dalam perencanaan itu. Giliran berikutnya anggota akan turut bertanggungjawab melaksanakan program kerja yang tersusun dalam perencanaan itu dan sudah tentu hal ini berdampak pada peningkatan kinerja organisasi<sup>14</sup>.

Komunikasi sebagai kata yang abstrak, pada dasarnya sulit didefinisikan. Komunikasi memiliki sejumlah arti. Para pakar telah membuat banyak upaya untuk mendefinisikan komunikasi. Namun, menetapkan satu definisi tunggal terbukti tidak mungkin dan tidak berguna, utamanya melihat pada berbagai ide yang dibawa dalam istilah itu. Definisi mana yang kita pilih, tergantung kegunaannya, dalam hal apa definisi itu kita perlukan<sup>15</sup>.

Dari berbagai definisi tentang ilmu komunikasi, terlihat bahwa para ahli memberikan definisinya sesuai dengan sudut pandangnya dalam melihat komunikasi. Masing-masing memberikan penekanan arti, ruang lingkup, dan konteks yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa, ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial adalah suatu ilmu yang bersifat multi-disipliner. Definisi Hovland Cs, memberikan penekanan bahwa tujuan komunikasi adalah mengubah atau membentuk perilaku. Definisi Berelson dan Steiner, menekankan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian, yaitu penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain.

Definisi Laswell, secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi, yaitu :

- 1) Siapa (pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber.
- 2) Mengatakan apa ( isi informasi yang disampaikan)\
- 3) Kepada siapa (pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima)
- 4) Melalui saluran apa (alat/saluran penyampaian informasi)

<sup>14</sup>Ibid, 7.

<sup>15</sup>Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar : Kretakupa Print:2010), hlm 5.

- 5) Dengan akibat/hasil apa (hasil yang terjadi–pada diri penerima) definisi laswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan.

Definisi Gode, memberi penekanan pada proses penularan/pemilikan, yaitu dari yang semula (sebelum komunikasi) hanya dimiliki oleh satu orang kemudian setelah komunikasi menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih. Definisi Barnlund, menekankan pada tujuan komunikasi, yaitu untuk mengurangi ketidakpastian, sebagai dasar bertindak efektif, dan untuk mempertahankan atau memperkuat ego.

Berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi tersebut di atas, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut : Komunikasi adalah suatu proses Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.

Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan. Komunikasi bersifat simbolis Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasaverbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda-tanda lainnya.

Komunikasi bersifat transaksional Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau porsional. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu Maksudnya adalah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi

Tingkatan Proses Komunikasi Menurut Denis McQuail, secara umum kegiatan/proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung dalam 6 tingkatan sebagai berikut :

- 1) Komunikasi intra-pribadi (intrapersonal communication) Yakni proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem syaraf. Contoh : berpikir, merenung, menggambar, menulis sesuatu, dll.
- 2) Komunikasi antar-pribadi (interpersonal communication) Yakni kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya. Misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dsbnya. Komunikasi dalam kelompok (group communication) Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung diantara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota kelompok, bukan bersifat pribadi. Misalnya, ngobrol-ngobrol antara ayah, ibu, dan anak dalam keluarga, diskusi guru dan murid di kelas tentang topik bahasan, dsbnya.
- 3) Komunikasi antar-kelompok/asosiasi Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat boleh jadi hanya dua atau beberapa orang, tetapi masing-masing membawa peran dan kedudukannya sebagai wakil dari kelompok/asosiasinya masing-masing.
- 4) Komunikasi Organisasi Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya dengan komunikasi kelompok adalah bahwa sifat organisasi organisasi lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatan komunikasinya.
- 5) Komunikasi dengan masyarakat secara luas Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara : Komunikasi massa Yaitu komunikasi melalui media massa seperti radio, surat kabar, TV, dsbnya. Langsung atau tanpa melalui media massa Misalnya ceramah, atau pidato di lapangan terbuka<sup>16</sup>.

### 2.2.3 Perencanaan Komunikasi

Sebelum tahun 1970-an penerapan perencanaan komunikasi hanya sebatas judul-judul skripsi atau tesis yang mengambil topik tentang strategi komunikasi. Dari pengalaman praktik-praktik komunikasi yang dilaksanakan sejak dekade 1970-an sampai sekarang. Perencanaan diperlukan karena adanya keyakinan bahwa manusia dalam hidupnya tidak boleh menyerah pada keadaan, baik dalam lingkungan fisik maupun lingkungan sosialnya. Beberapa mencoba memberikan pengertian, apa yang dimaksud dengan perencanaan. Ada beberapa definisi tentang perencanaan komunikasi:

- 1) Perencanaan komunikasi adalah proses mengalokasikan sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tetapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.
- 2) Perencanaan komunikasi adalah suatu usaha yang sistematis dan kontinu dalam mengorganisir aktivitas manusia terhadap upaya penggunaan sumberdaya komunikasi secara efisien guna merealisasikan kebijakan-kebijakan komunikasi.
- 3) Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa dicapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.

<sup>16</sup>Ibid, hlm 8-11.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 4) Perencanaan komunikasi adalah seni dan ilmu pengetahuan dalam mencapai target khalayak dengan menggunakan saluran-saluran komunikasi pemasaran, misalnya periklanan, kehumasan, dll.

Dari definisi atau pengertian perencanaan komunikasi di atas, dapat ditarik beberapa pokok pikiran yang ada di dalamnya, yakni:

- 1) Perencanaan komunikasi sebagai usaha yang disengaja.
- 2) Perencanaan komunikasi dibuat dalam bentuk dokumen tertulis.
- 3) Perencanaan komunikasi merupakan penerapan ilmu pengetahuan dan seni komunikasi.
- 4) Ia merupakan aktivitas manusia yang disusun secara sistematis dan berkelanjutan dari satu proses ke proses selanjutnya.
- 5) Ia memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu.
- 6) Untuk mencapai tujuan itu perencanaan komunikasi menetapkan alokasi sumber daya (dana, barang/alat, manusia atau keahlian, dan program).
- 7) Perencanaan komunikasi menggunakan unsur-unsur komunikasi yang mencakup sumber, pesan, media, target sasaran, dan efek (perubahan) sebagai komponen audit.
- 8) Perencanaan komunikasi memerlukan pengukuran hasil atau evaluasi.

Perencanaan komunikasi ialah penyusunan agenda kebijakan, program, dan kegiatan atau aktivitas komunikasi yang akan dilakukan pada masa-masa yang akan datang. Mengapa suatu organisasi perlu menyusun perencanaan komunikasi? Karena dengan adanya perencanaan komunikasi akan mampu mengoptimalkan sistem kerja organisasi. Dengan adanya perencanaan komunikasi, berbagai kemungkinan yang sekiranya menghambat pencapaian tujuan diharapkan sudah dapat diantisipasi.

Disusunnya perencanaan komunikasi tidak lepas dari perkembangan sudut pandang studi komunikasi yang menempatkan program komunikasi sebagai sarana mencapai tujuan organisasi. Artinya keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan, sangat ditentukan oleh proses komunikasi. Dari perspektif sosiologis, pencapaian tujuan organisasi perlu memperoleh dukungan dan partisipasi masyarakat secara luas. Untuk memperoleh dukungan itu, maka kebijakan organisasi perlu dikomunikasikan secara efektif.

Tujuannya adalah agar kebijakan itu memperoleh tanggapan, saran-saran, dan penguatan dari berbagai pihak. Dengan cara demikian, maka elemen-elemen dalam organisasi merasa dilibatkan sejak awal, sehingga akan berpartisipasi secara sungguh-sungguh.

Adanya perencanaan komunikasi, menunjukkan kesiapan organisasi untuk melakukan aktivitas dan program kerja secara terencana penuh pertimbangan. Bukan merupakan aktivitas yang bersifat spontanitas. Hal ini kemudian meningkatkan kesadaran bahwa komunikasi merupakan aktivitas untuk memproduksi dan mendistribusikan informasi. Komunikasi dan informasi adalah asset yang sangat berharga bagi organisasi. Artinya organisasi yang menguasai informasi dan jaringan komunikasi maka akan memenangkan kompetisi. Komunikasi dan informasi merupakan modal berharga yang dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk kepentingan pencapaian tujuan organisasi. Penempatan program komunikasi sebagai modal tersebut mendorong organisasi untuk melakukan perencanaan program komunikasi. Apabila dicermati, kualitas perencanaan komunikasi dipengaruhi oleh intersepsi dari tiga pilar utama dalam organisasi, yaitu: (1) kebijakan, (2) sumber daya manusia (SDM), dan (3) teknologi. Secara ringkas dapat dikemukakan bahwa kebijakan organisasi merupakan sumber dikembangkannya perencanaan komunikasi. Selanjutnya dalam implementasinya, perencanaan komunikasi sangat memerlukan dukungan SDM dan teknologi<sup>17</sup>.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

<sup>17</sup>Suranto, Loc.Cit, 16-17.



Tabel 2.5

## Tiga Pilar Pendukung Perencanaan Program Komunikasi

Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebijakan organisasi merupakan energi awal yang mendorong kuat tidaknya komitmen untuk merencanakan program komunikasi.</li> <li>• Kebijakan organisasi yang berpihak pada program komunikasi, menempatkan program komunikasi kepada salah satu program kerja unggulan yang menjadi prioritas kerja .</li> </ul>
SDM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan program komunikasi perlu mempertimbangkan kapasitas SDM atau personil yang tersedia. Untuk menjamin kesuksesan dalam implementasi perencanaan komunikasi, maka bila mana diperlukan, organisasi harus mempunyai komitmen untuk meningkatkan kemampuan personil dengan melaksanakan berbagai pelatihan dan pendidikan.</li> </ul>
Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan program komunikasi dalam implementasinya memerlukan dukungan teknologi. Dengan teknologi yang memadai maka pelaksanaan kegiatan organisasi akan lebih cepat dan akurat, mudah dan murah.</li> <li>• Teknologi meningkatkan efisiensi dan efektivitas waktu dan biaya, sehingga pencapaian tujuan organisasi dapat ditingkatkan disertai dengan efisiensi dan efektivitas waktu dan biaya.</li> </ul>

Dengan mengacu pada pokok-pokok pikiran yang terkandung dalam perencanaan komunikasi di atas, maka kebijaksanaan dan perencanaan komunikasi dapat dikelola sebagai suatu komoditas dan juga sebagai modal (capital) nasional. Upaya ini semakin menarik jika dihubungkan dengan pembangunan sosial ekonomi dan perubahan sosial. Untuk itu, perencanaan komunikasi ditantang untuk selalu bersifat fleksibel dan mampu mengantisipasi perkembangan masyarakat dan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi<sup>18</sup>.

<sup>18</sup>Hafied, Loc.cit,44-46

Tipe Perencanaan Komunikasi Perencanaan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas dua tipe, yakni:

#### 1) Perencanaan Komunikasi Strategik.

Perencanaan Komunikasi Strategik Perencanaan komunikasi yang mengacu pada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang, serta menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek. Perencanaan Strategik (strategic Planning) adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan, sehingga rencana strategik menjadi sebuah petunjuk yang dapat digunakan oleh organisasi dari kondisi saat ini untuk bekerja menuju lima tahun sampai sepuluh tahun ke depan.

Karakteristik perencanaan Strategik:

1. Keputusan yang diambil berkaitan dengan situasi masa depan.
2. Merupakan kegiatan manajemen puncak (top management) yang berlangsung terus-menerus.
3. Hasil proses pemikiran atau latihan intelektual yang diangkat dari nilai-nilai, budaya, prosedur, struktur, dan teknis yang dianut dalam lembaga tersebut.
4. Berpikir positif dan inspiratif.
5. Memperhatikan rangkaian konsekuensi sebab akibat sepanjang waktu.
6. Mengidentifikasi secara sistematis tentang peluang dan ancaman di masa yang akan datang.
7. Memerhatikan rangkaian tindakan alternatif yang terbuka di masa yang akan datang.
8. Mempertemukan dengan tujuan organisasi dan juga tujuan masyarakat.
9. Menjadi penuntun dalam bertindak.
10. Merupakan proses penentuan visi, misi, tujuan, sasaran, dan strategi pencapaian.

Dalam proses perencanaan strategik hal yang pertama akan muncul adalah Visi dan Misi. Visi ialah suatu pandangan ke depan yang akan menjadi sasaran ataupun tujuan akhir dari suatu kegiatan. Vision defines the desired or fundamental objective and/or strategic direction. Ia adalah sebuah mimpi,



dambaan atau preferensi apa yang ingin dicapai di masa depan (what do they want to have). Visi harus mampu membangkitkan inspirasi.

Visi dinyatakan dalam suatu deklarasi tentang hasil yang ingin dicapai, cermat, saksama dan praktis. Menjadi cermin dari pengetahuan, filosofi, dan tindakan yang akan diambil serta menjadi komponen kunci dari perencanaan strategik. Langkah selanjutnya adalah membangun keyakinan tersebut dalam bentuk pernyataan yang dituangkan dalam suatu misi.

Misi menunjukkan pernyataan yang dibuat harus fokus, nyata dan terukur terhadap tujuan, serta langkah-langkah kerja atau tahapan pencapaian tujuan yang akan dicapai. Misi adalah bentuk yang didambakan di masa depan (what do they want to be). Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh 16 organisasi dalam usaha mewujudkan cita-cita yang tercantum dalam visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi. Mission as the fundamental purpose of an organization basically describing why it exists. Perencanaan komunikasi strategik harus mengacu pada konsep dasar perencanaan jangka panjang. Perencanaan jangka panjang yang dibuat rentang waktu antara 10-25 tahun.

Perencanaan komunikasi strategik selama jangka waktu tersebut harus mampu menempatkan suatu cita-cita yang dilandasi filosofi dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, maupun meminjam nilai-nilai dari luar yang dipandang bisa memajukan dan menjadi cita-cita masyarakat dalam tataran yang luas.

## 2) Perencanaan Komunikasi operasional.

Perencanaan Komunikasi operasional Perencanaan komunikasi memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian tujuan. Perencanaan operasional komunikasi dapat dibagi atas dua macam, yakni:

1. Perencanaan infrastruktur komunikasi (hardware).
2. Perencanaan program komunikasi (software).

Perencanaan infrastruktur komunikasi biasa disebut perencanaan teknik atau physical planning karena menyangkut pengadaan alat-alat

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Misalnya untuk pembangunan stasiun radio atau televisi, diperlukan peralatan, gedung, pemancar, kamera mobile, ruang monitor, ruang presentasi, editing control, micrfoon, dan sebagainya. Sebuah lembaga kehumasan yang akan dioperasikan secara professional misalnya memerlukan sejumlah peralatan komunikasi, misalnya personal computer, jaringan internet, faxsimile, telepon, kamera video, kamera foto, information room, panel foto dan gambar, alat perekam suara, cctv, televisi, radio, dan sebagainya. Oleh karena itu, perencanaan infrastruktur komunikasi biasa disebut perencanaan piranti keras komunikasi (hardware communication).

Sedangkan yang dimaksud dengan perencanaan program komunikasi adalah perencanaan yang mengarah pada knowledge resource yang mencakup pengetahuan, keterampilan (talenta), struktur organisasi dan penyusunan program tentang kegiatan komunikasi apa yang akan dilakukan. Oleh karena itu, perencanaan program komunikasi biasa disebut perencanaan lunak (software communication).

Tipe perencanaan lainnya seperti perencanaan menurut ruang lingkup, jangka waktu, tingkatan atau level dan sebagainya masih tetap digunakan menurut kebutuhan dan tipe pekerjaan yang dilakukan. Demikian juga dalam penyusunan perencanaan tetap mengacu pada prinsip-prinsip teori perencanaan, yakni faktual dan realistis, logis dan rasional, fleksibel, komprehensif, dan menyeluruh.

Pendekatan dalam Perencanaan Komunikasi Suatu rencana yang baik diperlukan pendekatan sesuai dengan tujuan dan target sasaran yang dicapai. Pendekatan perencanaan pada dasarnya dapat dilakukan dengan dua cara, yakni:

- 1) Pendekatan Perencanaa Rasional Menyeluruh
  - a) Ialah pendekatan perencanaan yang dilandasi suatu kebijaksanaan umum yang merumuskan tujuan yang ingin dicapai sebagai suatu kesatuan.
  - b) Didasari oleh seperangkat spesifikasi tujuan yang lengkap menyeluruh dan terpadu.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2) Pendekatan Perencanaan Terpilah

- a) Ialah pendekatan perencanaan yang mempertimbangkan bagian-bagian kebijaksanaan umum yang berkaitan langsung dengan unsur atau subsistem yang diprioritaskan.
- b) Pendekatan Perencanaan Terpilah dalam pelaksanaannya lebih mudah dan realistis<sup>19</sup>.

Ada beberapa langkah perencanaan komunikasi :<sup>20</sup>

### 1. Model Perencanaan Komunikasi oleh Cultip dan Center

Model yang dibuat oleh Cultip dan Center ini adalah model proses public relations dan belum disebut sebagai model perencanaan komunikasi, namun langkah-langkah yang diambil dalam proses tersebut pada dasarnya adalah perencanaan komunikasi. Langkah-langkah yang dimaksud dimulai dengan penemuan fakta (fact finding), kemudian perencanaan (planning), selanjutnya komunikasi (communication).

### 2. Model Perencanaan Komunikasi oleh Philip Lesly

#### 1. Organisasi

1. Organisasi, organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial. Organisasi atau lembaga seperti ini memerlukan tenaga spesialis yang bisa menangani masalah-masalah komunikasi, apakah itu untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam komponen organisasi maka langkah yang harus dilakukan adalah

- a. Analisis dan riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mengdiagnosa atau mengetahui permasalahan yang dihadapi,
- b. Perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan.
- c. Perencanaan pelaksanaan sudah ditetapkan sumber daya yang akan digerakkan, antara lain tenaga, dana, dan fasilitas
- d. Kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarkan informasi baik melalui media massa

<sup>19</sup>Hafied, Loc.Cit, 48-52.

<sup>20</sup>Loc.Cit, 68-100.

maupun melalui saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok, tradisional, media baru, focus group, publik).

2. Publik, publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik bisa bermacam-macam tergantung tipe kegiatan organisasi. Jika organisasi itu bergerak dalam bidang keagamaan maka publiknya adalah penganut agama tertentu dengan berbagai klasifikasi, misalnya pesantren, alim ulama, pengurus masjid, pengelola zakat, bank syariah, urusan haji, dan semacamnya. Jika organisasi itu bergerak di bidang asuransi maka Publiknya adalah pemegang polis, calon pelanggan, dan semacamnya. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian.
  - a. Umpan balik dapat diketahui melalui riset dengan cara mengedarkan kuesioner, wawancara, atau melalui focus group discussion, Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Berdasarkan pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak tersebut.
  - b. Evaluasi dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksanaan.

#### 2.2.4 Promosi

Promosi secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi promosi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi (promotion mix) adalah:<sup>21</sup>

- 1) Personal Selling, komunikasi langsung (tatap muka) antara penjualan dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
- 2) Mass Selling, merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Metode ini memang tidak sefleksibel personal selling namun merupakan alternatif yang lebih murah untuk menyampaikan

<sup>21</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, (2008), hlm, 222.







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

informasi ke khalayak ( pasar sasaran) yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas. Ada dua bentuk utama mass selling, yaitu periklanan dan publisitas.

- 3) Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
- 4) Public relations merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Yang dimaksud dengan kelompok-kelompok itu adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.
- 5) Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau kisi disembarang lokasi.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang di maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan<sup>22</sup>

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Dengan dilatarbelakangi oleh kajian teoritis diatas, peneliti akan merumuskan kerangka pemikiran yang nantinya akan menjadi tolak ukur bagi peneliti, sehingga memudahkan peneliti dalam merangkum perencanaan komunikasi apa saja yang akan dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata di kabupaten kampar.

Perencanaan komunikasi ini menjadi solusi dalam masalah tersebut. Karena sebuah proses pelaksanaan yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai

<sup>22</sup>Ibid, hlm.220.

rintangan atau hambatan. Oleh karena itu, peran komunikasi desa Pulau Gadang dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektifitas komunikasi, sedangkan sisi fungsi dan kegunaan komunikasi diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Philip Lesly, dimulai dengan Organisasi, organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial. Organisasi atau lembaga seperti ini memerlukan tenaga spesialis yang bisa menangani masalah-masalah komunikasi, apakah itu untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam komponen organisasi maka langkah yang harus dilakukan adalah :

1. Analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Analisis dan riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mengdiagnosa atau mengetahui permasalahan yang dihadapi. Analisis dan riset ini adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai dan menginvestigasi serta memilih sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan dalam kriteria tertentu menjadi landasan dasar dalam peran komunikasi dan dilaksanakan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar.
2. Perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan dari hasil wawancara yang penulis lakukan bahwa Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar mengikuti kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah.
3. Perencanaan program pelaksanaan sosialisasi, sudah ditetapkan sumber daya yang akan digerakkan, antara lain tenaga, dana, dan fasilitas. Perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam melaksanakan program kelompok informasi masyarakat ini adalah Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar melaksanakan kegiatan sosialisasi, sebelum melakukan sosialisasi Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar melakukan perencanaan penentuan sasaran, perencanaan tujuan dan perencanaan pesan dalam melakukan sosialisasi tersebut. Selain perencanaan sasaran Desa

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Pulau Gadang di Kabupaten Kampar pun melakukan perencanaan tujuan komunikasi sebelum melakukan kegiatan sosialisasi.

4. Dalam perencanaan komunikasi terdapat tujuan yang ingin dicapai. Yang mana tujuan tersebut yang akan menentukan sukses atau tidaknya sebuah program. Tujuan sosialisasi dilakukan agar program ini bisa berjalan dengan baik. Dengan memperkenalkan program ini kepada masyarakat dapat bersama-sama meningkatkan kesadaran setiap masyarakat akan pentingnya keikutsertaan semua lapisan masyarakat dalam mensukseskan Program kelompok informasi masyarakat ini. Tujuan ini dirasakan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar penting dikarenakan apabila tidak adanya kesadaran dan dukungan dari target sasaran, program ini tidak akan terealisasi dengan baik.
5. Kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarkan informasi baik melalui media massa maupun melalui saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok, tradisional, media baru, focus group, publik). Perencanaan media juga merupakan faktor pendukung dalam peran komunikasi agar berjalan dengan efektif. Perencanaan media merupakan upaya penentuan alat apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan komunikasi kepada sasaran. Media sendiri digunakan sebagai alat untuk menyalurkan ide, hal ini juga diharapkan mampu mendatangkan feedback dari masyarakat/khalayak sasaran mengingat media dapat menjangkau sasaran komunikasi yang lebih luas, serta mempunyai fungsi sosial untuk menjadi alat penerangan.

Publik, publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik bisa bermacam-macam tergantung tipe kegiatan organisasi. Jika organisasi itu bergerak dalam bidang keagamaan maka publiknya adalah penganut agama tertentu dengan berbagai klasifikasi, misalnya pesantren, alim ulama, pengurus masjid, pengelola zakat, bank syariah, urusan haji, dan sebagainya. Jika organisasi itu bergerak di bidang asuransi maka Publiknya adalah pemegang polis, calon pelanggan, dan sebagainya. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



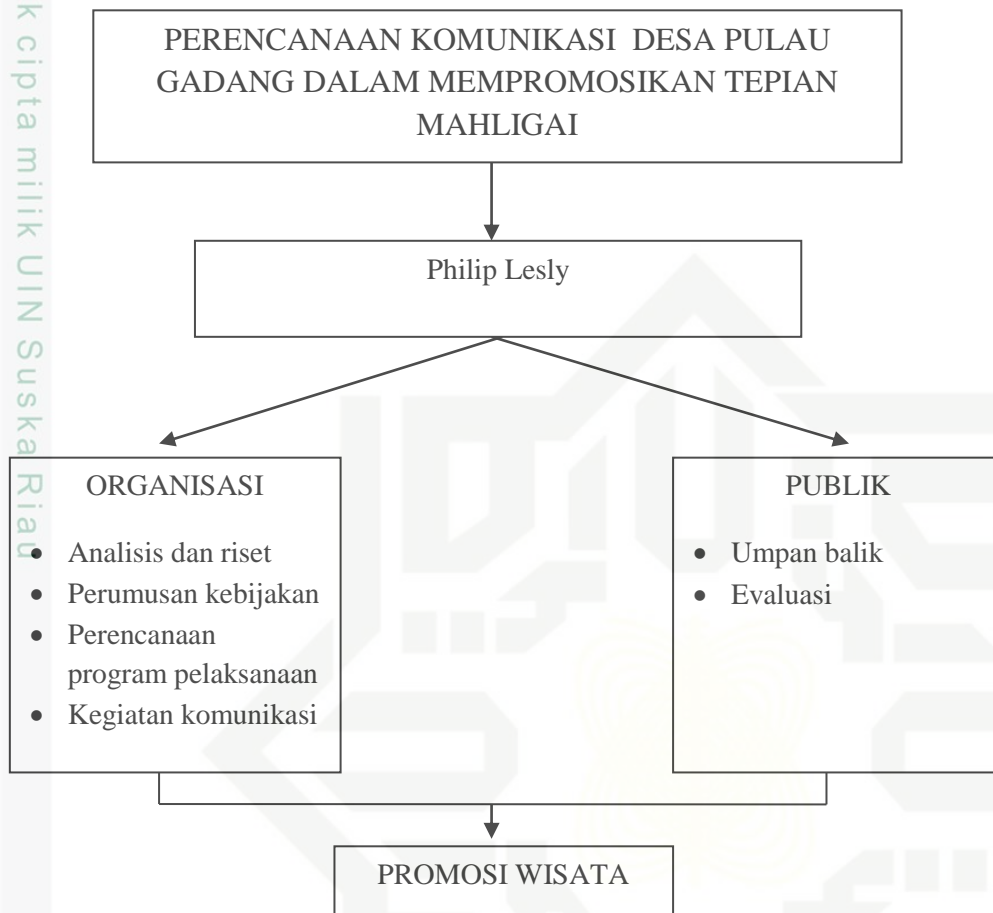


## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Umpan balik, dapat diketahui melalui riset dengan cara mengedarkan kuesioner, wawancara, atau melalui focus group discussion, Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Berdasarkan pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak tersebut. Publik adalah komponen penting yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar dalam melaksanakan program ini adalah melibatkan masyarakat dalam aktivitas penyebaran pesan atau informasi melalui media massa dan mendapatkan umpan balik. Suksesnya suatu program dalam hal ini program kelompok informasi masyarakat ini tergantung dari aktif tidaknya partisipasi masyarakat untuk mensukseskan program tersebut. Sehingga dalam posisi ini peran aktif masyarakat sangat penting artinya bagi kelancaran dan keberhasilan program tersebut dan tercapainya tujuan yang diinginkan.
2. Evaluasi, dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksanaan. Evaluasi disini ingin melihat apakah pelaksanaan program ini telah menghasilkan dampak positif bagi masyarakat itu sendiri. Apakah pada akhirnya terjadi perubahan perilaku, sikap atau pengetahuan yang lebih baik atau tidak. Evaluasi yang dilakukan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar sendiri dilakukan guna melihat dan meninjau perkembangan masyarakat itu sendiri. Apakah perubahan perilaku dari masyarakat itu sendiri telah terjadi atau belum. Serta apakah program yang telah dijalankan tersebut menemukan kendala, atau kekurangan yang harus ditambahkan. Karena tanpa adanya sebuah evaluasi maka perencanaan program selanjutnya tidak dapat dilakukan dengan maksimal. Melakukan Evaluasi terhadap masyarakat melalui kunjungan secara langsung (turun ke lapangan) merupakan salah satu cara evaluasi yang dilakukan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar. Melalui inspeksi kepada masyarakat pemerintah dapat melihat secara langsung bagaimana program berjalan. Apakah program secara nyata berjalan dengan baik atau malah sebaliknya

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Fikir**



Peneliti membuat sebuah kerangka pikir agar dapat memudahkan dalam memahami kajian yang diteliti dalam kegiatan penelitian ini. Pentingnya Perencanaan Pariwisata begitu kompleks dalam pengembangan pariwisata apa lagi pada masa saat pandemi ini, sehingga dalam perencanaannya tidak hanya mementingkan wisatawan, tetapi harus melibatkan semua pihak yaitu para stakeholder, pemerintah, dan kalangan masyarakat umum lokal. Sehingga diperlukannya kesepahaman mengenai seluk beluk kepariwisataan, dampak positif dan negatifnya dan juga timbal balik antara sector panwisata dengan sector lainnya. Perlu diketahui bahwa perencanaan adalah sebuah proses pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan dari suatu destinasi atau atraksi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Pada kerangka pikir diatas sebelum memasuki model perencanaan apa yang akan dipakai oleh peneliti, peneliti harus mengetahui tipe perencanaan apa yang akan dipakai dalam perencanaan yang dilakukan oleh Desa Pulau Gadang di Kabupaten Kampar dalam mempromosikan objek wisata dalam masa Pandemi ini. Dalam penelitian ini, peneliti memakai tipe perencanaan strategi dan operasional. Dimana dalam proses perencanaan strategi hal yang pertama akan muncul adalah Visi dan Misi. Visi ialah suatu pandangan ke depan yang akan menjadi sasaran ataupun tujuan akhir dari suatu kegiatan. *Vision defines the desired or fundamental objective and/or strategic direction.* Ia adalah sebuah mimpi, dambaan atau preferensi apa yang ingin dicapai di masa depan (what do they want to have). Visi harus mampu membangkitkan inspirasi. Sedangkan dalam perencanaan operasional merupakan perencanaan komunikasi yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk pencapaian tujuan tersebut.

Dalam penelitian ini tipe perencanaan tersebut sangat berhubungan dengan model perencanaan apa yang akan dipakai. Dengan tipe perencanaan komunikasi tersebut, peneliti memakai model komunikasi Philip Lesly. Model perencanaan Philip Lesly ini memiliki Komponen yaitu komponen organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan yang harus dilakukan seorang perencana komunikasi.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Yang lebih ditekankan dalam metode kualitatif adalah persoalan kedalaman atau kualitas data bukan banyak nya kuantitas data<sup>23</sup>.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, karena penelitian ini sangat mudah sesuai dengan penelitian penulis serta tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi melainkan bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi serta pembelajaran atas suatu pengalaman.

### 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kabupaten Kampar. Waktu penelitian akan dilaksanakan selama 2021 sampai masa penelitian berlangsung.

### 3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder<sup>24</sup>.

#### a) Data Primer

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

#### b) Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi bahan-bahan kepustakaan yang perlu untuk mendukung

<sup>23</sup>Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2004). hlm.248.

<sup>24</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2013). hlm.229.



data primer. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan instrumen sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku, karya ilmiah, pendapat para ahli yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.
2. Studi Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan catatan-catatan tertulis yang ada dilokasi penelitian serta sumber-sumber lain yang menyangkut masalah yang diteliti dengan instansi terkait.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan adalah orang-orang yang diamati dan memberikan data dan informasi, serta yang mengerti akan permasalahan yang di teliti. Pemilihan informan penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling yang mana penentuan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan yang dipilih adalah orang-orang yang mengetahui dan terlibat dan telah ditentukan sebelumnya. Adapun informannya sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Informan Penelitian**

NO	JABATAN	Jumlah
1	Kepala Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar	1
2	Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata	1
3	Kepala Desa Pulau Gadang	1
4	Sekdes Pulau Gadang	1
5	Pengurus BUMDES	
6	Ketua POKDARWIS	
7	Pengelola wisata	1
8	Pengunjung	2

Selain itu juga menggunakan teknik Accidental Sampling yang mana penentuan informan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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





bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok sebagai sumber data, yaitu Pengunjung atau Wisatawan.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran<sup>25</sup>. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti<sup>26</sup>.

Sebenarnya kegiatan observasi merupakan kegiatan yang setiap saat kitalakukan. Dengan perlengkapan panca indranya yang kita miliki, kita sering mengamati objek-objek di sekitar kita, dimana ita mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.

Observasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi partisipan dengan jenis observer sebagai partisipan dimana periset (observer) sebagai orang luar yang netral (outside) orang mempunyai kesempatan untuk bergabung dalam kelompok dan berpartisipasi dalam kegiatan dan pola hidup kelompok tersebut sambil melakukan pengamatan<sup>27</sup>.

Teknik observasi peneliti lakukan untuk pengamatan dan pencatatan langsung secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki, hal ini dilakukan untuk menjaga orisinalitas dan akurasi data yang diperoleh dilapangan. Observasi ini peneliti gunakan untuk mengamati proses perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata da kebudayaan Kabupaten Kampar.

<sup>25</sup>Abdurrahman Fatoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyususna Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta,2011), hlm 104.

<sup>26</sup>Nana Sudjana, *Penelitian Dan Penilaian* ( Bandung: Sinar Baru,1989),hlm 84.

<sup>27</sup>Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta, Kencana:Prenada Media Grup, 2006), hlm110-112.

## b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang memiliki suatu tujuan tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara<sup>28</sup>. Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai<sup>29</sup>.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil<sup>30</sup>.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara secara mendalam atau wawancara intensif dan kebanyakan tak berstruktur tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam. Wawancara secara mendalam merupakan wawancara untuk mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif<sup>31</sup>.

Dalam wawancara ini, pewawancara memberikan pertanyaan yang relatif tidak memiliki kontrol dimana informan bebas dalam memberikan jawaban. Karena itu periset harus berusaha agar informan memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, serta mendalam terhadap penelitian ini.

## Dokumentasi

Penulis mencari dan mengumpulkan data yang relevan yang berhubungan dengan penelitian yaitu berupa dokumen-dokumen yang tertulis, gambar, elektronik yang bertujuan untuk melengkapi data primer. Metode ini dapat diartikan sebagai cara pengumpulan data dengan cara memanfaatkan data-data berupa buku, catatan (dokumen) sebagaimana dijelaskan oleh

<sup>28</sup>Lexy, Loc.cit, hlm.186.

<sup>29</sup>Abdurrahman, Loc.cit, hlm.105.

<sup>30</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, (Bandung: PT Alfabet 2016), hlm

<sup>31</sup>Rahmat, Loc.cit, hlm 102.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sanafiah Faesal sebagai berikut: metode dokumenter, sumber informasinya berupa bahan-bahan tertulis atau tercatat. Pada metode ini petugas pengumpulan data tinggal mentransfer bahan-bahan tertulis yang relevan pada lembaran-lembaran yang telah disiapkan untuk mereka sebagaimana mestinya<sup>32</sup>.

Dengan demikian metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen, agenda, dan sebagainya. Yang dimaksud dokumen dalam penelitian ini adalah pengumpulan data dokumen mengenai kinerja Permerintah Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar.

### 3.6 Validitas data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan teknik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi<sup>33</sup>.

Dalam penelitian ini untuk menghasilkan data yang valid peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikataka pribadi<sup>34</sup>.

Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti

<sup>32</sup>Sanafiah Faesal, *Dasar Dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial* ( Surabaya: Usaha Nasional, 2002), hlm 42-43.

<sup>33</sup>Sugiyono, Loc.cit, hlm 327.

<sup>34</sup>Rahmat, Loc.cit, hlm 72.

juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

### 3.7 Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh akan dibahas secara menyeluruh berdasarkan kenyataan yang terjadi di lapangan. Kemudian dibandingkan dengan konsep maupun teori-teori yang mendukung pembahasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini, dan kemudian mengambil kesimpulan yang berlaku umum.

Dalam penelitian ini, penulis dalam menggunakan pendekatan teori perencanaan komunikasi model Philip Lesly. Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly. Gambar model perencanaan komunikasi yang dibuat Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan yang harus dilakukan seorang perencana komunikasi.

1. Organisasi, organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial. Organisasi atau lembaga seperti ini memerlukan tenaga spesialis yang bisa menangani masalah-masalah komunikasi, apakah itu untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam komponen organisasi maka langkah yang harus dilakukan adalah
  - a. Analisis dan riset dilakukan sebagai langkah awal untuk mengdiagnosa atau mengetahui permasalahan yang dihadapi,
  - b. Perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan.
  - c. Perencanaan pelaksanaan sudah ditetapkan sumber daya yang akan digerakkan, antara lain tenaga, dana, dan fasilitas



d. Kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarkan informasi baik melalui media massa maupun melalui saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok, tradisional, media baru, focus group, publik).

2. Publik, publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik bisa bermacam-macam tergantung tipe kegiatan organisasi. Jika organisasi itu bergerak dalam bidang keagamaan maka publiknya adalah penganut agama tertentu dengan berbagai klasifikasi, misalnya pesantren, alim ulama, pengurus masjid, pengelola zakat, bank syariah, urusan haji, dan sebagainya. Jika organisasi itu bergerak di bidang asuransi maka Publiknya adalah pemegang polis, calon pelanggan, dan sebagainya. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian.

- a. Umpan balik dapat diketahui melalui riset dengan cara mengedarkan kuesioner, wawancara, atau melalui focus group discussion, Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Berdasarkan pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak tersebut.
- b. Evaluasi dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksanaan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dermaga Tepian Mahligai adalah destinasi yang berada di Bangkinang tepatnya di sepanjang aliran danau PT. PLTA Koto Panjang yang telah ada sejak tahun 2017. Lokasi dari objek ini berada di jalan nasional Riau - Sumbar berjarak 30 km atau dua jam dari Kota Pekanbaru. Destinasi ini memiliki berbagai fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan dalam berwisata, seperti wahana bermain, spot foto, toilet, gazebo, camping ground, pompong atau perahu motor. Lalu juga terdapat wahana permainan untuk anak-anak dan juga segala kalangan umur, seperti balon air, bebek air, ATV dan masih banyak lagi.

**Gambar 4.1**  
**Tepian mahligai**



Sumber : <https://images.app.goo.gl/AV5aHrKRiVBj3hZw5>, 2022<sup>35</sup>

<sup>35</sup> <https://images.app.goo.gl/AV5aHrKRiVBj3hZw5>, tanggal 20 oktober 2023, pukul 09.10.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tepian Mahligai Indah, merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Kampar, Riau. Berbagai lokasi untuk berswafoto, dibuat dan dijaga dengan baik oleh pengelolanya, Faisal Ali dan rekan-rekan. Salah satu lokasi swafoto favorit di tempat ini adalah Dermaga Rindu, yakni dermaga panjang warna-warni yang melintang di tengah Danau PLTA Koto Panjang. Tepian Mahligai Indah, memang berada di tepian danau tersebut.

Dermaga Rindu dibuat sedemikian rupa bahkan menghubungkan antara satu tepian dengan tepaian lain, melintasi tengah danau yang dalam. Perahu mesin dan juga boat wisata, melintas di bawahnya. Pemandangan indah berupa danau yang luas, tepian yang rimbun, perahu yang lalu lalang, terlihat jelas dari atas dermaga. Kerap kali pengunjung terjun dan berenang ke danau, berenang dan menikmati segar hangatnya air danau ini. Lokasi wisata yang satu ini tidaklah jauh dari pusat Kota Pekanbaru. Tepatnya setelah Kota Bangkinang, Jembatan Rantau Berangin atau sebelum Jembatan I PLTA Koto Panjang. Dalam waktu tempuh sekitar 2 jam, pengunjung sudah bisa menikmati ketenangan dan keindahan danau ini<sup>36</sup>.

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

Kabupaten Kampar juga merupakan negeri yang agamis yang sudah membudaya dengan karakter yang terbuka, toleran dan moderat merupakan hal yang wajar untuk merumuskan visi daerah dengan menempatkan masalah moral dan akhlak sebagai jiwa dan roh / spirit yang mengarah pembangunan daerah ini kedepannya. Upaya terwujudnya penyelenggaraan tersebut maka berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 06 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar dibentuklah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

<sup>36</sup> <https://sunting.co.id/news/detail/602/dermaga-rindu-tepian-mahligai> , tanggal 20 oktober 2023, pukul



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Selanjutnya melalui keputusan Kepala Lembaga Administrasi Negara (LAN) Nomor, 239/IX/6/8/2003 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP), dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berkewajiban menyusun Rencana Strategis (Renstra) untuk mengukur kinerja dinas sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas guna dijadikan evaluasi oleh atasan. Dengan memperhitungkan potensi kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan yang ada atau mungkin timbul.

Rencana Strategi mengandung Visi, Misi Tujuan dan Sasaran, cara pencapaian sasaran yang meliputi kebijakan, program dan kegiatan yang realistis dengan memperhitungkan perkembangan di masa depan dalam menunjang peningkatan dan pengembangan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Kampar.

#### 4.2 Desa Pulau Gadang

Desa Pulau Gadang adalah nama suatu wilayah di Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar ini yang menurut beberapa tokoh masyarakat desa Pulau Gadang dikenal dari adanya sekumpulan jenis tumbuhan yang bernama Pohon Puo (Bahasa daerahnya) yang sangat besar dan banyak yang terdapat di pinggiran sungai kampar di sebuah semenanjung dahulunya. Disana dijadikan tempat berlabuh oleh para masyarakat pada zaman itu. Jadi dengan sering disebut dan dikenal pada waktu itu, sehingga kampung dikenallah dengan sebutan Puo Godang yang bahasa masyarakat tempatan pada waktu itu. Dengan perkembangan demi perkembangan disempurnakanlah bahasa *Puo Godang* dengan sebutan *Pulau Gadang* sampai pada saat sekarang ini bernama Desa Pulau Gadang.

Pada Tanggal 31 Agustus 1992 masyarakat Desa Pulau Gadang dipindahkan karena adanya pembangunan Dam PLTA Koto Panjang (Milik PLN), maka perpindahan yang dialami masyarakat Desa Pulau Gadang, mengakibatkan masyarakat harus memulai membentuk berbagai macam bidang dalam menjalani kehidupan. Diantaranya memulai menanam tumbuhan baru merenovasi rumah dan menciptakan usaha-usaha demi kelangsungan hidup pada lingkungan baru. Melalui program-program



pemerintah Transmigrasi disalurkan bantuan-bantuan untuk menunjang kehidupan masyarakat. Pada saat itu berjumlah 333 KK dan dipimpin oleh seorang Kepala Unit Penan Transmigrasi (KUPT) dari Departemen Sosial yang bernama Bapak M. Taher.

Pada tahun 1999 terjadilah pemekaran desa di desa Pulau Gadang. Desa Pulau Gadang dibagi menjadi dua yaitu Desa induk Pulau Gadang dan Desa Koto Masjid. Namun secara wilayah hukum adat tetap satu Kenegarian yang bernama Kenegarain Pulau Gadang yang di Pimpin oleh seorang Pucuk Pimpinan adat/ Pucuk Adat yang bergelar Dt. Tandiko.

Didukung dengan Jalan Lingkar yang melalui wilayah Desa Pulau Gadang, menjadikan desa ini sangat strategis, Letak ini pula yang membuat desa ini diminati oleh pelaku industri untuk dijadikan tempat produksi. Selain itu, desa ini juga memiliki mata pencaharian sebagai petani karet yang menjadi salah satu sentra perekonomiannya. Disamping itu Desa Pulau Gadang dikenal dengan produksi ikan patinnya, karena selain mempunyai kebun karet, masyarakat juga memiliki kolam ikan. Walaupun usaha kolam ikan sebagai kerja sampingan tetapi hasil yang diperoleh cukup memuaskan dan menguntungkan bagi warga Desa Pulau Gadang.

Ditambah lagi, beberapa tahun kedepan, wilayah Desa Pulau Gadang menjadi bagian dari Pengembangan Wisata PLTA Koto Panjang. Desa Pulau Gadang akan menjadi pusat wisata di XIII Koto Kampar. Karena PLTA Koto Panjang berada di wilayah Desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kampar. serta beberapa objek wisata lainnya seperti Dermaga Tepian Mahligai, Pulau Puti dan Goa Lombuok Ome di bawah Pokdarwis Kampung Danau Koto Panjang, kompleks makam syekh Thariqot Naksabandiah dan Tugu Pahlawan Kusuma Bantolo<sup>37</sup>.

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.

<sup>37</sup> <https://pulaugadang.desa.id/artikel/2020/8/26/sejarah-desa>, diakses tanggal 22 Januari 2024, pukul





## BAB VI PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai perencanaan yang dilakukan oleh Desa Pulau Gadang dalam mempromosikan wisata Tepian Mahligai dengan menggunakan analisis Philip lesly. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mempromosikan wisata tepian mahligai memerlukan unsur unsur berikut:

Model ini terdiri atas dua komponen utama yaitu organisasi dan publik. Organisasi adalah yang menggerakkan kegiatan dan publik merupakan sasaran dari kegiatan tersebut. Organisasi pengelola kegiatan, bisa dalam bentuk lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau organisasi sosial. Organisasi atau lembaga seperti ini memerlukan tenaga spesialis yang bisa menangani masalah-masalah komunikasi, apakah itu untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Dalam komponen organisasi maka langkah yang harus dilakukan adalah :

- a. Analisis dan riset dimana kurangnya pengemasan dari daya tarik wisata serta masih lemahnya pengelolaan kepariwisataan yang ada pada tempat wisata tersebut.
- b. Perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang akan digunakan, dengan menjalin kerjasama agar terciptanya pengembangan wisata yang bagus.
- c. Perencanaan program pelaksanaan, dengan melakukan kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah melakukan pemanfaatan media sosial, pembentukan duta wisata dalam memperkenalkan wisata ini, memperbaiki fasilitas dan infrastruktur, serta bekerjasama dengan investor.
- d. Kegiatan komunikasi yang akan dilakukan melalui saluran komunikasi dalam pelaksanaan promosi seperti media baru saat ini seperti instagram, facebook, tiktok, serta koran dan lainnya.

Publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran kegiatan organisasi. Publik bisa bermacam-macam tergantung tipe kegiatan organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

Jika organisasi itu bergerak dalam bidang keagamaan maka publiknya adalah penganut agama tertentu dengan berbagai klasifikasi, misalnya pesantren, alim ulama, pengurus masjid, pengelola zakat, bank syariah, urusan haji, dan sebagainya. Jika organisasi itu bergerak di bidang asuransi maka Publiknya adalah pemegang polis, calon pelanggan, dan sebagainya. Dalam komponen publik, langkah yang harus dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi atau penyesuaian.

- a. Umpan balik dapat diketahui melalui riset dengan cara melakukan wawancara, atau melalui focus group discussion, Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak. Berdasarkan pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak tersebut.
- b. Evaluasi dijadikan bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka perbaikan, peningkatan dan penyesuaian program yang akan dilakukan oleh organisasi atau lembaga pelaksanaan.

## 5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin bisa dijadikan sebagai bahan kajian penelitian berikutnya. Untuk pengembangan pada kajian ilmu komunikasi sepertinya perlu dipertimbangkan untuk memperdalam pengetahuan mahasiswa terutama yang berkaitan dengan kajian perencanaan dalam mempromosikan karena sangat dapat membantu dan memahami pesan-pesan dan proses pembelajaran yang semakin pesat.

Dalam hal pengelolaan tempat wisata harus lebih dirawat dan dijaga demi kelangsungan objek wisata, dengan adanya pengelolaan dan pengawasan atau perbaikan fasilitas menjadikan tempat wisata nyaman untuk dikunjungi. Serta melatih para pengelola dalam hal keterampilan IT, agar tempat wisata lebih dikenal secara luas.

Sedangkan untuk pemerintahan daerah Kabupaten Kampar diberikannya alokasi anggaran untuk melengkapi sarana dan prasarana fasilitas tempat wisata sehingga pengunjung merasa nyaman, dan juga dapat menambah hasil pendapatan daerah.

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

### BUKU :

- A. Yeoti, Oka, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata* ( Jakarta: Pradnya Paramita, 2008)
- Budi Rayudaswati, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Makassar : Kretakupa Print:2010)
- Cangara, Hafied, “*Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*”, (Jakarta : Pt. Raja Grafindo Persada, 2013)
- De, Suranto Aw, Mpd., Msi, *Perencanaan Dan Evaluasi Program Komunikasi*, (penerbit pressindo: januari 2019)
- Fatoni, Abdurrahman, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Faosal, Sanafiah, *Dasar Dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial* ( Surabaya: Usaha Nasional, 2002)
- Fred R, David, *Manajemen Strategis: Konsep Edisi Ke 7*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002)
- Kriyantono, Rahmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta, Kencana: Prenada Media Grup, 2006)
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 2004)
- Sudjana, Nana, *Penelitian Dan Penilaian* ( Bandung: Sinar Baru, 1989)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.*, (Bandung: PT Alfabet 2016)
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008)
- Wardhani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (Jogjakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Zaenuri, Muchamad, *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah Konsep Dan Aplikasi*, (Kraton – Yogyakarta , E-Gov Publishing, 2012)
- Winardi, *Promosi Dan Reklame* (Bandung: Mandar Maju, 2001)

### JURNAL :

- Ayu Erlina, *Perencanaan Komunikasi Dalam Membentuk Program Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu*, Jurnal Jom Fisip Vol. 5: Edisi 11 Juli – Desember 2018



Lwian Susanto, *Perencanaan Pembangunan Pariwisata Di Daerah (Studi Pelaksanaan Program Pada Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan)*, Jurnal JIAP Vol. 2, No. 3, Pp 1-9, 2016

Yoan Colina, *Perencanaan Dalam Pengembangan Wisata Daerah Di Kabupaten Katingan*, Jurnal E-ISSN 2407-6864 Vol. 6, No. 1, 2016

Nisa Amalia Setiawan, *Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal Di Desa Wisata Jelekong*, Jurnal Trikonomika Volume 13, No. 2, Desember 2014

Suanti Tunggala, Ken Amasita Saadjad, *Strategi Komunikasi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai*, Jurnal Vol. 11, No. 2, Desember 2019

### INTERNET :

<https://Egsa.Geo.Ugm.Ac.Id/2021/02/11/Pariwisata-Indonesia-Di-Tengah-Pandemi/>  
(Diakses Tanggal 18 Agustus 2021, 8:35)

<https://www.batiqa.com/id/hotels/palembang/read-article/indahny-ulu-kasok-raja-ampatnya-sumatera> (diakses tanggal 30agustus 2021, pukul 19.25)

[https://Www.Unicef.Org/Indonesia/Id/Coronavirus/Tanya-Jawab-Seputar-Coronavirus?Gclid=Cj0KCQjwsZKJBhC0ARIsAJ96n3WvzjqVXhMbrXP5D8rrFJMs\\_Fyrhche94c9yhjjndz0kj12khtgumaaqflealw\\_Wcb#Apaitunovelcoronavirus](https://Www.Unicef.Org/Indonesia/Id/Coronavirus/Tanya-Jawab-Seputar-Coronavirus?Gclid=Cj0KCQjwsZKJBhC0ARIsAJ96n3WvzjqVXhMbrXP5D8rrFJMs_Fyrhche94c9yhjjndz0kj12khtgumaaqflealw_Wcb#Apaitunovelcoronavirus) (Diakses 25 Agustus 2021, pukul 10.17)

<https://sunting.co.id/news/detail/602/dermaga-rindu-tepian-mahligai>, (diakses 20 oktober 2023, pukul 20.52 )

<https://images.app.goo.gl/AV5aHrKRiVBj3hZw5>, (diakses tanggal 20 oktober 2023, pukul 09.10)

<https://sunting.co.id/news/detail/602/dermaga-rindu-tepian-mahligai>, ( diakses tanggal 20 oktober 2023, pukul 20.52)

<https://pulangadang.desa.id/artikel/2020/8/26/sejarah-des>, (diakses tanggal 22 januari 2024, pukul 09.45)



## SKRIPSI & THESIS :

Fahrul Rozi, *Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga Dan Kebudayaan Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Pulau Cawan Sebagai Objek Wisata*, Skripsi 2020.

Lufriada Salman, *Analisis Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Visit Lombok Sumbawa*, Tesis 2010, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi

Diak Cipta Diiidungi Undang-Undang

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

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

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



## Lampiran I

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Wawancara Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

##### 1. Karakteristik Informan

Nama : Ir. Zulia Dharma  
 Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kampar

##### 2. Pertanyaan wawancara

- a. Bagaimana upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata ?
- b. Apa target Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengembangan objek wisata

#### B. Wawancara Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

##### 1. Karakteristik Informan

Nama : David Mahendra  
 Jabatan : Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

##### 2. Pertanyaan wawancara

- a. Bagaimana upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar memperkenalkan wisata Tepian Mahligai ?
- b. Apa target Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengembangan objek wisata ?
- c. Apakah ada kendala dalam memajukan wisata Tepian Mahligai ?

#### C. Wawancara Kepala Bidang Pemasaran

##### 1. Karakteristik Informan

Nama : Sarnawi  
 Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran wisata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

2. Pertanyaan wawancara
  - a. Bagaimana kebijakan pihak Dinas Pariwisata terkait perencanaan pemasaran pariwisata ?
  - b. Apa upaya Dinas Pariwisata dalam penyelenggaraan dana ke wisata?
  - c. Bagaimana tanggapan dan kebijakan bapak terkait SDM terhadap wisata Tepian Mahligai ?

#### D. Wawancara Seksi Promosi

##### 1. Karakteristik Informan

Nama : Rismiranda  
 Jabatan : Kepala Seksi Promosi

##### 2. Pertanyaan wawancara

- a. Bagaimana perencanaan yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan wisata Tepian Mahligai ?
- b. Apa pengembangan yang dilakukan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengembangan objek wisata ?
- c. Apa saja penghambat perencanaan Dinas Pariwisata dalam kegiatan Promosi?

#### E. Wawancara Pengelola Wisata

##### 1. Karakteristik Informan

Nama : Bapak Rizal Efendi  
 Jabatan : Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata

##### 2. Pertanyaan wawancara

- a. Bagaimana upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata ?
- b. Apa target Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengembangan objek wisata

#### F. Wawancara Pengunjung Wisata Tepian Mahligai





1. Karakteristik Informan

Nama : Bapak Mizan  
 Jabatan : Pengunjung

2. Pertanyaan wawancara

- a. Bagaimana saudara mengetahui objek wisata Tepian mahligai yang ada Di Kabupaten Kampar ?
- b. Dari media apa saudara pertama kali mengetahui onjek wisata Tepian Mahligai ?
- c. Apa pendapat saudara tentang obejk wisata Tepian mahligai ?

© Hak cipta milik 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.

## Lampiran II

Bersama Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar



Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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



## Bersama Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata



© Hak cipta milik 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.

## Bersama pengelola wisata



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### © Hak cipta milik 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.

## Wisata Tepian Mahligai



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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