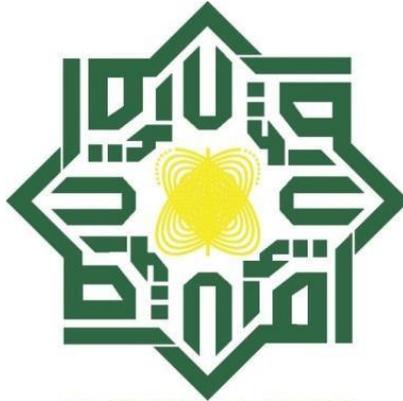


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS PARIWISATA
KABUPATEN PELALAWAN DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN DI ISTANA SAYAP**

UIN SUSKA RIAU

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:

YOGI AAN PRADIKA

NIM. 12040311887

UIN SUSKA RIAU

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

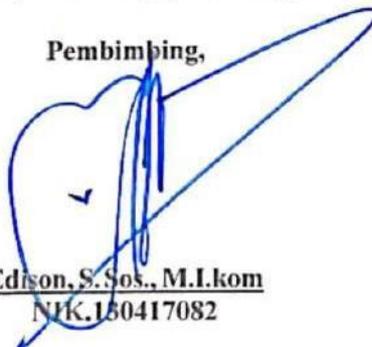
**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DINAS PARIWISATA
KABUPATEN PELALAWAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI ISTANA SAYAP**

Disusun Oleh:

**YOGIAAN PRADIKA
NIM.12040311887**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 21 Mei 2024

Pembimbing,



Edison, S. Sos., M.I.kom
NIK.150417082

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



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



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 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 : Yogi Aan Pradika
NIM : 12040311887
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Istana Sayap

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

Hari : Jumat
Tanggal : 7 Juni 2024

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

Pekanbaru, 24 Juni 2024

Dekan,



Prof. Imron Rosidi, S.Pd, MA.,Ph.D

NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua Penguji I,

Prof. Dr. Masduki, M. Ag
NIP.19710612 199803 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

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

Penguji III,

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

Penguji IV,

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



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

UIN SUNKA RIAU

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

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

Nama : Yogi Aan Pradika
NIM : 12040311887
Judul : Inovasi Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Istana Sayap Di Ea Digital

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 26

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, 26 Oktober 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Darmawati, M.A. Kom
NIK.130417026

Penguji II,

Suardi, M.A. Kom
NIP.19780122014111003



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yogi Aan Pradika
NIM : 12040311887
Tempat/ Tgl. Lahir : Tanjung Air Hitam, 18 September 2001
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam Meningkatkan kunjungan Wisatawan di Istana Sayap” adalah hasil penelitian, pemikiran, penulisan, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat terdapat karya orang lain, saya beri tanda sitasi yang jelas dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Pekanbaru, 28 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Yogi Aan Pradika

NIM. 12040311887

Pekanbaru, 21 Mei 2024

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 : Yogi Aan Pradika
NIM : 12040311887
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata
Kabupaten Pelalawan Dalam Meningkatkan Kunjungan
Wisatawan di Istana Sayap

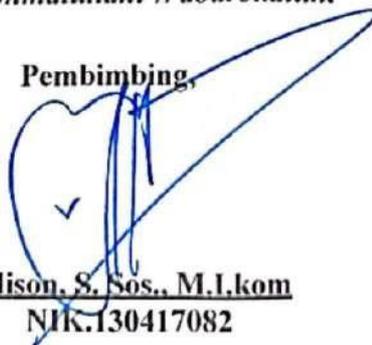
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

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,



Edison, S. Sos., M.I.kom
NIK.130417082

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.

ABSTRAK

Nama : Yogi Aan Pradika
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan Wisatawan di Istana Sayap

Pariwisata berfungsi sebagai mekanisme untuk meningkatkan kesadaran akan warisan nasional dan persatuan dalam menghadapi keragaman budaya. Peran pariwisata sangat penting dalam mempromosikan peluang ekonomi, menghasilkan manfaat moneter, dan menhadapi tantangan transformatif pada skala regional, nasional, dan internasional. Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan ini sangat penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke istana sayap. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab apa yang menjadi rumusan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap. Pendekatan pada penelitian ini kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi persuasif dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach. Teori ini menjelaskan tiga pendekatan dalam komunikasi persuasif, yakni: strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna. Strategi psikodinamika menekankan pada pendekatan emosional dan faktor kognitif. Strategi sosiokultural, strategi sosiokultural mengatakan bahwa faktor luar individu dapat mempengaruhi perilaku. Strategi Meaning Construction menekankan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Hasil penelitian ini adalah strategi psikodinamika pengurus masjid mengadakan kegiatan mandi balimau, tahlil beanyut, dan ziarah makam sultan. Strategi sosiokultural dengan melalui kelompok sadar wisata yang bekerjasama langsung dengan dinas pariwisata kabupaten pelalawan. Strategi konstruksi makna dengan memberikan pengetahuan yang sederhana, yakni dengan menggunakan perumpamaan secara sederhana kepada masyarakat atau wisatawan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Persuasif, Pariwisata, Istana Sayap.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan Syukur kepada Allah subhanahu Wata'ala yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan suei tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wassalam yang telah membawahkan rahmat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan menjadi contoh dengan berakhlak mulia.

Bersyukur kepada Allah SWT atas selesainya penulisan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam meningkatkan kunjungan Wisatawan di Istana Sayap”** sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjanah Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, bantuan, arahan, bimbingan serta doa-doa baik dari berbagai pihak. Sehingga melalui kesempatan ini, penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah turut serta memberikan kekuatan baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan dalam menulis skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum mencapai kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya. Pada proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak, termasuk dari pihak keluarga khususnya kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat beserta doanya. Penulis mengucapkan Terima Kasih secara langsung dan tidak langsung kepada.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.pt., M.Sc., Ph.D selaku wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku PLT Wakil Dekan II dan Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Artis, M.I.Kom selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Edison, M.I.Kom selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah mengajarkan dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Bapak Dr. Muhammad Badri, M,Si selaku Penasehat Akademik selama proses perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
13. Kepada seluruh informan atau intansi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian serta bersedia meluangkan waktunya untuk penelitian ini.
14. Terima kasih Kepada team DTB (donat bambu beban), yang telah menjadi hiburan selama mengerjakan skripsi ini serta menjadi sahabat yang baik, ramah, sopan, dan berbakti kepada kedua orang tua.
15. Terima kasih kepada teman-teman kkn, teman-teman Broadcasting J, dan teman-teman kos enjoy, yang telah menjadi teman yang baik yang mampu memberikan motivasi dan saran sehingga saya mampu mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
16. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar saya sanak family yang tidak bisa disebutkan satu persatu Namanya yang telah memberikan support system kepada saya.



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.

17. Terima Kasih Kepada kedua orang tua, Ayahanda Sawardi dan Ibunda Dasmawati, yang telah membesarkan dan memberikan dukungan untuk terus berjuang, mendidik dari kecil hingga dewasa serta mendidik agar menjadi lebih dewasa dalam material, dan spiritual kepada penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat kepada seluruh kalangan yang membutuhkan dan dapat dipergunakan dengan sebaikbaiknya. Aamiin Yaa Rabbal'amin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 21 Mei 2024
Penulis,

YOGIAAN PRADIKA
NIM.12040311887

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

BAB I PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

 1.2 Penegasan Istilah 4

 1.3 Rumusan Masalah 4

 1.4 Tujuan Penelitian..... 5

 1.5 Kegunaan Penelitian 5

 1.6 Sistematika Penulisan 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7

 2.1 Kajian Terdahulu 7

 2.2 Landasan Teori 11

 2.3 Kerangka Pemikiran 28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 29

 3.1 Desain Penelitian 29

 3.2 Lokasi dan waktu penelitian 29

 3.3 Sumber Data Penelitian 30

 3.4 Informan Penelitian 30

 3.5 Teknik Pengumpulan Data 30

 3.6 Validitas Data..... 31

 3.7 Teknik Analisis Data 32

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 33

 4.1 Gambaran Umum Geografis Kabupaten Pelalawan 33

 4.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan 34

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 41

- 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.



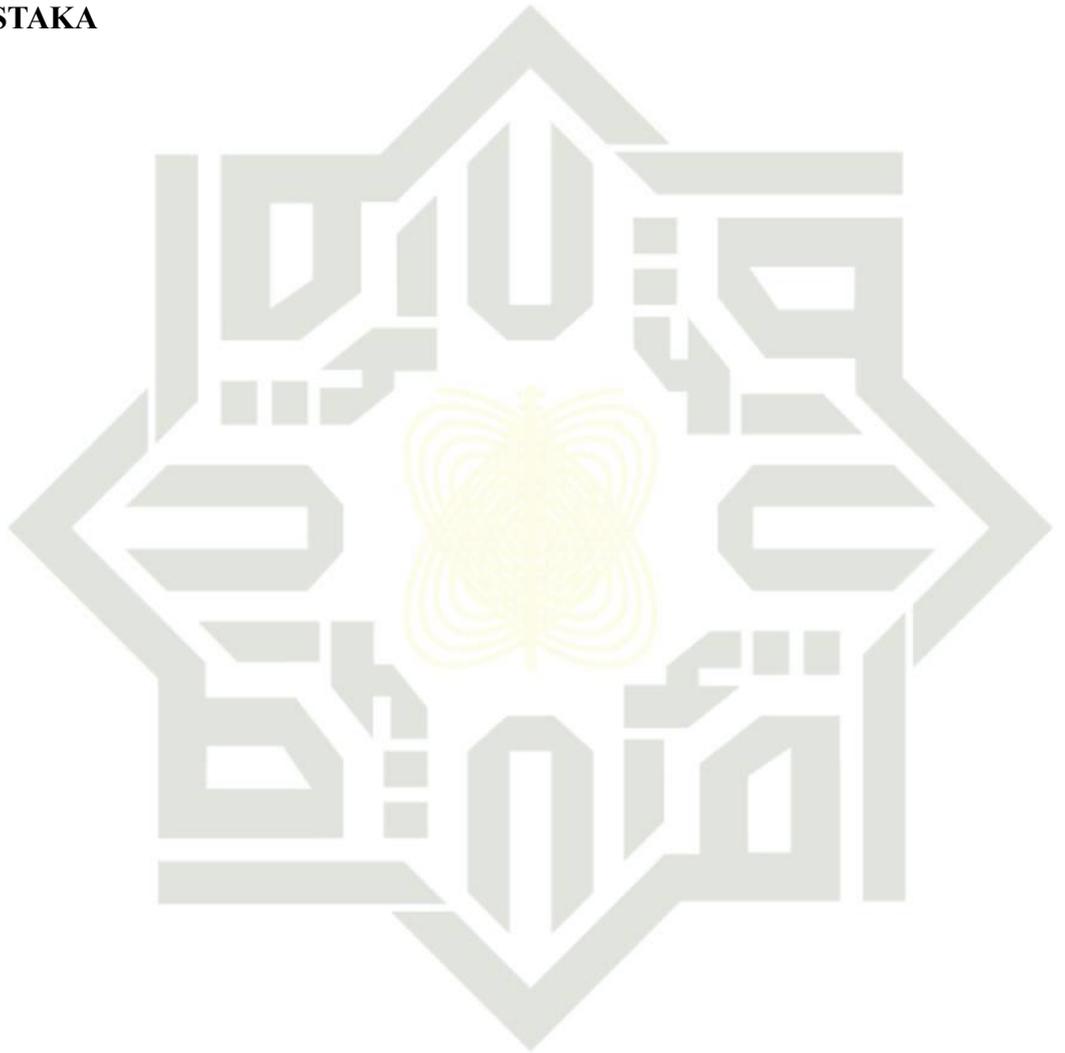
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

5.1	Hasil Penelitian.....	41
5.2	Pembahasan Hasil penelitian	58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		63
6.1	Kesimpulan	63
6.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....2
 Tabel 3.1.....30



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	28
Gambar 4.1.....	35
Gambar 4.2.....	36
Gambar 5.1.....	42
Gambar 5.2.....	43
Gambar 5.3.....	45
Gambar 5.4.....	49
Gambar 5.5.....	51
Gambar 5.6.....	54
Gambar 5.7.....	56

© 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.

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

Indonesia adalah negara yang dikenal dunia dengan keindahan alamnya. Hampir di setiap provinsi negara ini memiliki daerah pariwisata yang unik, menarik dan menakjubkan serta mampu menarik para wisatawan untuk mengunjunginya. (A. R. Rahman & Fajri, 2023) Pariwisata berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan pengakuan warisan nasional dan solidaritas di tengah perbedaan budaya. Pariwisata memainkan peran penting dalam membina prospek ekonomi, menghasilkan keuntungan finansial, dan mengatasi dilema transformatif di tingkat lokal, nasional, dan global. Wisata bersejarah merupakan salah satu poin yang sangat penting bagi pengetahuan, dengan berkembangnya sektor wisata di suatu negara maka sektor yang lainnya akan ikut berkembang seperti contohnya sektor usaha yang dimiliki Masyarakat, rumah makan, hotel penginapan, kerajinan, dan lainnya. Dengan adanya wisata bersejarah yang menghasilkan devisa akan dibutuhkan para pekerja sehingga dapat meningkatkan sektor dalam negeri lainnya, dan dapat mengurangi angka pengangguran. (Monika, 2021)

Istana sayap merupakan objek wisata yang ada di kabupaten pelalawan Riau, Indonesia Istana ini juga dikenal dengan Istana Sayap atau Istana Pelalawan yang dibangun pada masa Pemerintah Sultan Assyaidi Syarif Hasim pada periode 1892 - 1930 M Istana ini memiliki luas 4.327meter persegi dan diapit oleh dua bangunan sayap Istana Sayap merupakan relic dari Kerajaan Pelalawan dan merupakan salah satu aspek penting dalam budaya dan sejarah Riau. (Syahfutra, 2020) Jumlah kunjungan yang dilakukan ke wisma di Riau selama tahun 2023 tercatat sebanyak 366.923 orang. Termasuk angka ini adalah 40.810 wisma yang masuk melalui pelabuhan dan bandara internasional. Gubri Edy Nasution menyatakan, “Selain itu, 326.113 tamu secara resmi terdaftar melalui MPD.” Pernyataan tersebut disampaikan dalam acara Refleksi Pembangunan Provinsi Riau 2023, yang berlangsung di ruang rapat Melati di Kantor Gubernur Riau. Mengenai jumlah kunjungan tamu melalui titik masuk bandara dan pelabuhan internasional, dicatat bahwa 13.771 penduduk dikunjungi pada tahun 2020, diikuti oleh 109 penduduk pada tahun 2021, 23.798 jiwa pada tahun 2022, dan 40.810 jiwa hingga Oktober 2023. (Heru, 2024)

Peresmian Istana Sayap Palalawan berlangsung pada 19 Juni 2009, namun pengetahuan tentang keberadaannya terbatas, baik di dalam maupun di luar Provinsi Riau. Nama dan keberadaan Istana Sayap tetap asing bagi mayoritas ataupun minoritas. Istana Sayap, situs penting sejarah dan budaya, memiliki potensi besar sebagai aset regional yang dapat berkontribusi pada kemakmuran ekonomi

Kabupaten Pelalawan khususnya kelurahan pelalawan. Namun, pengembangan dan pengelolaan Istana Sayap menghadapi banyak tantangan, termasuk masalah terkait manajemen yang tidak memadai, sumber daya aparatur administrasi yang terbatas, dan kurangnya infrastruktur pendukung yang diperlukan. Kekhawatiran ini mewakili berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan daerah yang dibayangkan sebagai tujuan wisata utama untuk wilayah tersebut. (Syahfutra, 2020)

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan wisatawan

No.	Nama wisata	Jumlah kunjungan	Tahun
1.	Istana Sayap	17.890	2021
2.		21.224	2022
3.		24.108	2023

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

Dilihat dari tabel diatas bahwasanya pengunjung yang datang ke objek wisata istana sayap terus meningkat di setiap tahunnya. Pengembangan daerah kawasan wisata sangat tergantung dan tidak lepas dari peran pemerintah sebagai actor utama dan salah satu *stakeholder*. Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan pengembangan pariwisata. Menurut marshall dan dredge menjelaskan bahwa berbagai Upaya-upaya aktif dalam pengembangan dapat dilihat dari perubahan dalam menyelesaikan kebijakan pengembangan dari struktur pemerintah, tugas dan tanggung jawab ataupun peran. Kebijakan nasional yang berhubungan dengan pariwisata yang berada dibawah kementerian pariwisata Republik Indonesia. Kebijakan Provinsi diatur oleh pemerintah daerah atau gubernur melalui Dinas Pariwisata Tingkat Provinsi, serta pemerintah daera melalui dinas pariwisata kabupaten dan kota. (Dwiniati, Suherry, & Ayu, 2022)

Strategi Komunikasi persuasif yang dilakukan dinas pariwisata dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata dengan memberikan pembinaan kepada kelompok sadar wisata sehingga bisa meningkatkan kunjungan wisatawan ke istana sayap serta memberikan informasi berupa pengetahuan sejarah peninggalan kerajaan dan tradisi yang ada di pelalawan ke khalayak dengan menggunakan media-media yang ada, dinas pariwisata juga melakukan berbagai usaha dalam mengembangkan objek wisata istana sayap sebagai wisata daerah sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Untuk meningkatkan angka pengunjung wisata istana sayap, dinas pariwisata tidak berpuas diri atas hasil yang mereka peroleh sebelumnya. Diperlukan strategi yang tepat dalam Upaya mempertahankan istana sayap sebagai destinasi wisata yang paling berompeten di pelalawan. Salah satu hal yang harus di perhatikan oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan adalah masih kurangnya kesadaran Masyarakat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

setempat bahwa adanya objek wisata bersejarah di pelalawan.(Rahmawati & Bachtiar, 2018)

Dalam upaya peningkatan angka wisatawan, diperlukannya kegiatan komunikasi yang berlangsung dengan baik. Dengan adanya komunikasi yang baik antara dinas pariwisata dengan Masyarakat dan kelompok sadar wisata setempat maka akan menciptakan dua belah pihak yang sama-sama mengerti terkait tugas dan tanggung jawab mereka terutama dinas pariwisata dalam meningkatkan angka pengunjung. Oleh karena itu peneliti melihat langkah yang paling tepat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke istana sayap dengan menggunakan metode komunikasi persuasif dapat mempengaruhi khalayak melalui pikiran dan perasaannya beserta menggunakan media-media yang ada.(Ritonga, 2023)

Strategi Komunikasi persuasif dalam konteks meningkatkan kunjungan wisatawan ke istana sayap yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan seperti pembinaan kepada kelompok sadar wisata dan Masyarakat setempat beserta memberikan informasi ke media sosial berupa *event-event* yang diselenggarakan di istana sayap. Metode persuasif merupakan salah satu cara yang efektif untuk mempengaruhi target dengan tidak terlalu membuang banyak tenaga dalam berfikir kritis, bahkan mendapatkan hasil yang lebih baik dari dugaan yang sebelumnya. Dalam hal ini tentunya harus diperhatikan secara detail bagaimana cara mempengaruhi khalayak secara tidak langsung sehingga mereka tersugesti melalui pesan-pesan yang dikomunikasikan. Dengan metode ini, pesan yang disampaikan bukan hanya fakta melainkan juga terdapat pendapat didalamnya. Dan hal tersebut dapat berisikan non fakta yang dalam pernyataannya dapat berupa propaganda, reklame, dan sebagainya.(Carolin, 2018)

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap. Penelitian ini penting dilakukan atas dua alasan : 1) penjelasan tentang komunikasi persuasif yang dilakukan dinas pariwisata dan 2) penjelasan sudut pandang penerimaan manfaat mengisi kekurangan studi terdahulu (*research gap*) tentang topik komunikasi Persuasif dinas kabupaten Pelalawaan pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan fenomena dan masalah yang ada saat ini menjadi alasan perlunya pihak Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga sebagai pihak berwenang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan agar tercapainya tujuan pariwisata. Strategi Komunikasi persuasif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan terus dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga. Peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana Strategi komunikasi persuasif pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Sehingga

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.

peneliti mengambil judul “**Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan Wisatawan di Istana Sayap**”

1.2 Penegasan Istilah

Penegasan Istilah ini dibuat agar tidak menimbulkan kesalah pahaman dalam memahami istilah penulis yang dipakai di dalam penulisan.

1) Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi Komunikasi persuasif adalah Seseorang yang menggunakan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada orang lain dalam upaya untuk mengubah sikap, pandangan, dan perilaku penerima. Ini dapat dilakukan secara lisan atau melalui penggunaan media. Latin "persuasio" (persuasio) yang berarti "membujuk, merayu, dan mengundang" Praktik psikologis persuasif bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pada orang lain. Strategi komunikasi persuasif merupakan kombinasi dari perencanaan komunikasi persuasif dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dengan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku seseorang. (Tyas, Azzahra, Meilani Ifada, & Fajarwati, 2024)

2) Wisatawan

Wisatawan adalah istilah dalam bahasa Indonesia yang merujuk kepada seseorang yang melakukan perjalanan ke tempat-tempat wisata atau tempat-tempat yang menarik untuk tujuan rekreasi, liburan, atau pengalaman budaya. Mereka dapat dibagi menjadi wisatawan domestik, yaitu orang-orang yang mengunjungi destinasi wisata di negara tempat tinggalnya sendiri, dan wisatawan mancanegara, yaitu orang-orang yang mengunjungi destinasi wisata di negara lain. (Hidayah, 2023)

3) Istana Sayap

Istana Sayap adalah istana yang terletak di kabupaten Pelalawan, Riau, Indonesia Istana ini juga dikenal dengan Istana Sayap atau Istana Pelalawan Istana Sayap dibangun pada masa Pemerintah Sultan Assyaidi Syarif Hasim pada periode 1892 - 1930 M Istana ini memiliki luas 4.327 meter persegi dan diapit oleh dua bangunan sayap Istana Sayap merupakan relic dari Kerajaan Pelalawan dan merupakan salah satu aspek penting dalam budaya dan sejarah Riau. (A. Putri & Siswati, 2019)

1.3 Rumusan Masalah

Setelah menetapkan latar belakang masalah dan fenomena yang ada, maka peneliti memfokuskan pada masalah **Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan Wisatawan di Istana Sayap?**

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.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap.

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta memberikan kontribusi pengetahuan di bidang ilmu komunikasi dan memberikan wawasan bagi para pembaca mengenai bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap

b. Praktis

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana strata (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi dan penelitian ini dapat memberikan ide dan gagasan kepada siapa saja yang ingin mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ilmiah ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, Rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan waktu dan tempat penelitian, jenis dan sumber data penelitian, Teknik pengumpulan data, validasi data, dan analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini diuraikan secara singkat tempat dilakukan penelitian, yaitu kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten pelalawan serta

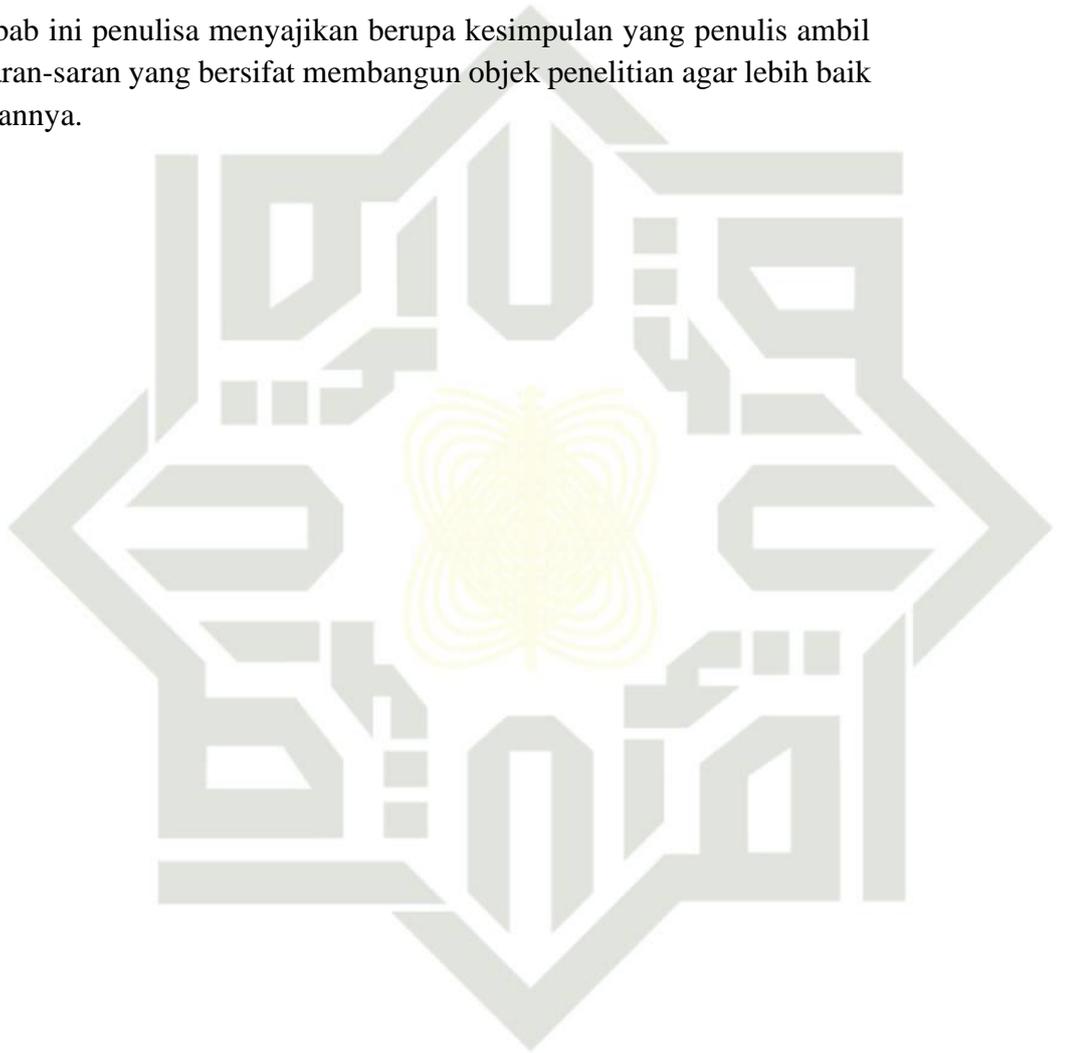
penjelasan lain yang dianggap perlu.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan tentang penelitian yang akan penulis sajikan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menyajikan berupa kesimpulan yang penulis ambil dan saran-saran yang bersifat membangun objek penelitian agar lebih baik kedepannya.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti, penelitian tentang Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap belum pernah dilakukan. Berikut kajian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini:

- 1) Evi Novianti yang berjudul “Komunikasi Persuasif dan Penerapannya di Daya Tarik Wisata Tebing Keraton” Penelitian ini berfokus kepada Tantangan utama untuk menjaga dampak negatif akibat kegiatan wisata yaitu mengajak wisatawan untuk menjaga dan memelihara lingkungan alam melalui media komunikasi yang efektif dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata di Kampung Ciharegem dan mengidentifikasi media komunikasi persuasif yang ada di Tebing Keraton, Kampung Ciharegem. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif teknik perolehan data primer melalui wawancara dan obeservasi lapangan. Sementara data sekunder didapatkan melalui studi pustaka dan dokumen kebijakan terkait. Analisis isi dan deskriptif.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media komunikasi persuasif dapat berkontribusi dalam merancang strategi komunikasi yang efektif bagi destinasi pariwisata yang berada di kawasan lindung.(Novianti et al., 2020)
- 2) Septian M Alfarindo yang berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Karang Taruna Tunas Muda dalam Meminimalisir Kriminalitas Remaja” penelitian ini berfokus pada Tindak kriminalitas yang kerap kali terjadi seperti tindak pencurian yang menyasar perkebunan warga, usaha toko kelontong milik warga dan juga menyisir kerumah-rumah milik warga. Akan tetapi, terdapat upaya yang dilakukan oleh karang taruna dalam meminimalisir tindak kriminalitas tersebut dengan menerapkan komunikasi persuasif. Karenanya, peneliti ingin menganalisis strategi komunikasi persuasif pada organisasi Karang Taruna Tunas Muda dalam meminimalisir kriminalitas remaja di Desa Wayilahan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ialah dengan melakukan observasi dan wawancara yang mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan untuk dapat meminimalisir kriminalitas remaja di Desa Wayilahan, Karang Taruna Tunas Muda menggunakan unsur dalam komunikasi persuasif seperti: persuader dan persuade (sumber dan

- penerima), pesan, saluran atau media, umpan balik dan efek. (Alfarindo & Agustina, 2023)
- 3) Deni Rahman yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam penghimpunan dana zakat di Lembaga amil zakat Darussalam kota wisata cibubur” penelitian ini berfokus pada Komunikasi persuasif menjadi salah satu pendekatan yang dapat ditempuh dalam penghimpunan zakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi persuasif sebagai pendekatan komunikasi yang ditempuh oleh petugas amil zakat, unsur-unsur komunikasi persuasif dalam penghimpunan dana zakat, dan teknik komunikasi persuasif yang dipakai dalam penghimpunan dana zakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif. Penelitian ini dilakukan di Kota Wisata Cibubur dalam rentang waktu Oktober 2019–Januari 2020. Teknik pengumpulan data primer dan data sekunder melalui observasi, wawancara yang mendalam dengan dua orang informan dan didukung dokumen dan informasi lain dari internet. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis serta pembahasan atas semua temuan dan data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa penghimpunan dana zakat dilakukan dengan pendekatan proses komunikasi persuasif melalui penyuluhan, layanan konsultasi, layanan tunai dan gesek, layanan jemput zakat, program kegiatan, dan melalui media/saluran cetak maupun online. (Yasya, 2020)
 - 4) Amalia Assyifa Rahman yang berjudul “hubungan niat berperilaku dan komunikasi persuasif terhadap kemauan menjadi bagian dari komponen cadangan dalam pendidikan bela negara” penelitian ini berfokus pada Diperlukan niat berperilaku dan komunikasi persuasif yang baik dalam meningkatkan kemauan alumni pendidikan bela negara untuk menjadi bagian dari komponen cadangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa hubungan niat berperilaku dan komunikasi persuasif terhadap kemauan untuk menjadi bagian dari komponen cadangan dalam pendidikan bela negara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat korelasi. Data didapatkan melalui instrumen kuesioner yang diberikan kepada 100 sampel alumni pendidikan bela negara.(A. A. Rahman, Malik, & Tirto, 2023)
 - 5) Muh Iqbal yang berjudul “Pola Komunikasi persuasif Pimpinan Universitas dalam Mengatasi Demonstrasi Mahasiswa di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar” pada Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar Dalam Mengatasi Demonstrasi. Jenis dan tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. informan dalam penelitian ini sebanyak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa komunikasi persuasif Pimpinan Universitas Dalam Mengatasi Demonstrasi Merujuk 2 aspek yaitu: (1). Pola Komunikasi persuasif kognitif yaitu dengan memberikan penjelasan serta pemahaman untuk demonstran dan (2). Pola Komunikasi efektif yaitu dengan membangun kepercayaan dengan demonstran. (Iqbal & Parawangi, 2022)

- 6) Anggi Agustin yang berjudul “Teknik Komunikasi Persuasif Host Live streaming terhadap penonton di aplikasi wish live” penelitian ini berfokus pada Kecanggihan teknologi yang didukung oleh peran internet membuat perubahan di berbagai bidang, salah satunya di bidang komunikasi. Banyak aplikasi live streaming yang tidak dimanfaatkan untuk hal positif, aplikasi live streaming disalahgunakan untuk hal yang negatif. Dalam aplikasi live streaming para host memiliki strategi atau teknik supaya menarik para viewers. Wish Live adalah aplikasi live streaming yang mana para pengguna (host/broadcaster) membagikan aktifitas mereka kepada para penonton. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui host wish live dalam menarik penonton melalui teknik komunikasi persuasif. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi dengan jumlah informan 3 orang. (Agustin & Sampoerno, 2023)
- 7) Sekar Putri yang berjudul “Strategi komunikasi persuasif: Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang dalam Mewujudkan Visi Organisasi” penelitian ini berfokus pada Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang merupakan wadah para pemuda yang ingin belajar agama Islam bersama-sama dan ikut sholat subuh berjama’ah meramaikan masjid-masjid yang ada dengan cara mempersuasif orang lain. Jenis penelitian deskripsi kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan komunitas bikers subuhan Pangkalpinang menggunakan strategi komunikasi persuasif yaitu psikodinamika, sosial kultural dan meaning construction. (S. Putri, 2022)
- 8) Rendi Prayoga yang berjudul “Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada Pt Prudential Syariah Cabang Binjai” penelitian ini berfokus pada Perusahaan asuransi adalah lembaga keuangan non-bank yang bekerja untuk memitigasi risiko di masa depan. Setiap agen asuransi memiliki pemasar yang disebut agen asuransi yang membantu mereka menjual barangnya. Dalam tim Agensi, setiap agen asuransi memiliki leader. Leader yang bertugas merekrut agen baru

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.

memanfaatkan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi sikap dan perilaku calon agen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana seorang leader menggunakan komunikasi yang menarik untuk merekrut calon agen asuransi dengan komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. (Prayoga, Syariah, Islam, & Sumatera, 2023)

- 9) Aninda salsabila yang berjudul “penerapan komunikasi persuasif melalui desain poster untuk konten media sosial perum jasa tirta II” penelitian ini berfokus pada media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan agar lebih mudah dipahami. Komunikasi persuasif dapat diperlukan dalam perancangan media poster dan media sosial sebagai tempat membagikan suatu informasi ke ranah publik. Pembuatan tema poster dapat menggunakan permasalahan yang ada di lingkungan setempat seperti permasalahan tumpukan sampah di aliran sungai. Sampah akan menjadi suatu masalah apabila tidak ditangani dengan benar. Membuang sampah ke aliran sungai dapat menyebabkan pencemaran air yang dapat merugikan biota air tawar serta masyarakat yang tinggal dekat dengan daerah aliran sungai. Sehingga media poster sangat berguna untuk menyadarkan kembali masyarakat terhadap pentingnya menjaga kelestarian sungai dan lingkungan sekitar agar keseimbangan alam tetap terjaga. (Salsabila & Visual, 2023)
- 10) Arianto yang berjudul “komunikasi persuasif dalam mengkampanyekan protokol kesehatan pada masa pandemi covid-19 di dinas kesehatan pasaman barat” penelitian ini berfokus pada kasus Virus COVID-19 mulai masuk dan berkembang di Indonesia diperkirakan sejak bulan Januari 2020. Kemudian Dinas Kesehatan Pasaman Barat Membentuk tim untuk pencegahan covid 19 ini. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, serta menggunakan komunikasi persuasif dalam mengkampanyekan protokol kesehatan sesuai dengan konsep perancangan. Hasil dari penelitian ini adalah Dinas Kesehatan Pasaman Barat dalam mengkampanyekan protokol Kesehatan, menggunakan spanduk, pamflet, baliho, serta poster poster yang dibagikan ke masyarakat, yang bertujuan agar masyarakat tetap sehat dengan menggunakan masker, mencuci tangan, serta mengikuti karantina apa bila baru masuk ke wilayah Pasaman Barat. (Arianto & Muary, 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



2.2 Landasan Teori

A. Komunikasi persuasif

komunikasi persuasif adalah tindakan berkomunikasi dengan maksud mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku individu untuk menyelaraskan dengan harapan komunikator. (Prayoga et al., 2023) Upaya komunikasi persuasif melibatkan manipulasi sikap dan perilaku yang terampil melalui cara-cara halus dan halus, terutama menggunakan bahasa. Perspektif Aristoteles tentang persuasi menggambarkan antara bukti artistik dan tidak artistik, di mana persuader memiliki kendali atas yang pertama sementara yang terakhir tetap berada di luar manipulasi sadar. (Tyas et al., 2024)

Aristoteles menggaris bawahi pentingnya sumber pesan dan kemahiran persuader dalam menyampaikan pidato yang efektif. Brembeck dan Howell berpendapat bahwa persuasif melibatkan upaya untuk mengubah pikiran dan perilaku dengan mengarahkan motif individu ke tujuan yang telah ditentukan. Sangat penting untuk menyadari bahwa persuasif adalah aspek penting dari interaksi interpersonal dengan potensi untuk menghasilkan hasil positif dan negatif. Kemanjuran komunikasi persuasif diukur dengan menilai pergeseran keyakinan mendalam atau perilaku terbuka sebelum dan sesudah wacana persuasif. Modalitas verbal dan nonverbal keduanya digunakan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif, dengan dimensi nonverbal memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan dalam proses ini. (Salsabila & Visual, 2023)

Komunikasi persuasif juga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga alat utama yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif yaitu, sikap (Attitudes), kepercayaan (Beliefs), dan perilaku (Behaviors) (Alfarindo & Agustina, 2023)

Istilah “persuasi” berasal dari kata Latin “persuasio,” berasal dari kata kerja “persuader,” yang menandakan tindakan membujuk, mengundang, dan memikat. Berbagai interpretasi komunikasi persuasif terus muncul ke permukaan. Sesuai Kamus Ilmu Komunikasi, komunikasi persuasif dicirikan sebagai upaya untuk mempengaruhi sikap, perilaku, atau pendapat melalui manipulasi psikologis, sehingga membimbing individu untuk bertindak selaras dengan kemauan mereka sendiri. (Hamzah & Khairuddin, 2022) Dalam publikasi “Persuasive Communication” yang ditulis oleh Soleh Soemirat, Hidayah Satari, dan Asep Suryana, konsep tersebut dijelaskan sebagai upaya untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku individu dengan cara yang halus, penuh kasih, dan ringan. (Zain, 2017)

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.

kedua, Prinsip Partisipasi Audiens, menggarisbawahi pentingnya melibatkan audiens dalam proses komunikasi untuk persuasi yang efektif. Keberhasilan dalam persuasi bergantung pada partisipasi audiens yang aktif. (Aziz & Muthohir, 2020)

Prinsip ketiga, Prinsip Inokulasi, berkaitan dengan target yang menyadari sikap persuader dan telah menyiapkan argumen tandingan. Dalam kasus seperti itu, persuader harus membuat persiapan yang diperlukan, termasuk pengembangan argumen, untuk menavigasi proses komunikasi. Terakhir, Prinsip Besarnya Perubahan menekankan bahwa perubahan signifikan yang diinginkan oleh persuader memerlukan tantangan dan tugas yang berat untuk mencapai tujuan persuasi. Perubahan besar juga membutuhkan banyak waktu. (Septiana, 2018) Mengingat penjelasan yang dijelaskan, dapat disimpulkan secara ringkas bahwa komunikasi persuasif berusaha untuk mengubah sikap atau keyakinan dan menghasut tindakan di antara orang-orang bujuk. Untuk mencapai tujuan ini, persuader harus memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pesan secara efektif. Dalam domain komunikasi persuasif, berbagai faktor mempengaruhi proses komunikasi, yaitu: Pertama, Clarity of Purpose. Persuader harus memastikan tujuan di balik terlibat dalam komunikasi persuasif. (Alfarindo & Agustina, 2023)

Secara umum, komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah perilaku atau sikap orang lain. Selanjutnya, persuader harus menyadari bahwa mengubah sikap berkaitan dengan aspek afektif, sementara mengubah pendapat berkaitan dengan aspek kognitif, dan modifikasi perilaku berkaitan dengan aspek motorik. Kedua, pertimbangan yang disengaja harus diberikan kepada individu yang ditangani. Keragaman di antara individu yang ditargetkan untuk persuasi biasanya diamati dalam hal demografi, jenis kelamin, jenis pekerjaan, etnis, dan gaya hidup. (Anissa Hafid, 2022)

Komunikasi persuasif umumnya digunakan di berbagai konteks karena kemanjurannya yang dirasakan dalam mengubah sikap individu melalui persuasi atau pengaruh. Dalam lingkup sosial, bentuk komunikasi ini sering dipraktikkan oleh berbagai entitas, termasuk yang berada di dalam badan-badan pemerintah. Ketika berusaha mempengaruhi audiens target, persuasif pemerintah sering memanfaatkan saluran media massa. Saluran ini mencakup platform elektronik seperti internet, radio, dan televisi. Selain itu, dalam menyebarkan pesan mereka, persuader juga menggunakan spanduk dan papan iklan untuk memastikan visibilitas dan pemahaman di antara khalayak luas. (Nurliana, 2021)

B. Strategi komunikasi persuasif

Menurut Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach strategi komunikasi persuasif menjadi tiga kategori: Strategi Psikodinamik, Strategi Sosiokultural, dan Strategi Konstruksi Makna. Efektivitas persuasi bergantung pada penyajian fakta

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.

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

yang valid dan penalaran yang masuk akal. Lebih jauh lagi, bentuk persuasi ini secara inheren organik, tanpa paksaan sepanjang proses. (Hajar & Anshori, 2021) menulis dalam buku Komunikasi Persuasif karya Soleh Soemirat. Antara lain:

1. Strategi Psikodinamik

Strategi psikodinamik tentang perilaku menekankan aspek kekuatan pengaruh faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan pada struktur batin jiwa sebagai hasil belajar. Dengan fokus ini, media massa dapat digunakan untuk mengubah struktur tersebut dan, misalnya, mengubah perilaku. Inti dari strategi persuasi psikodinamik adalah bahwa pesan yang efektif dapat mengubah fungsi psikologis individu dalam berbagai cara, menyebabkan individu merespons secara eksplisit dengan perilaku yang diinginkan atau disuarakan oleh pemberi persuasi.

2. Strategi Sosiokultural

Strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan eksternal dari individu. Strategi sosiokultural yang efektif diperlukan karena pesan persuasif memperjelas kepada individu aturan-aturan agen sosial dan kondisi budaya perilaku yang mengatur aktivitas komunikator yang berupaya memperolehnya. Atau, karena setelah pemahaman tercapai, tantangan selanjutnya adalah mencapainya. kondisi. Pendekatan sosiokultural terhadap komunikasi adalah cara pemahaman, makna, norma, peran, dan aturan yang ada berfungsi dan berinteraksi dalam proses komunikasi. Realitas muncul melalui proses interaksi yang terjadi dalam kelompok, komunitas, dan budaya. Dalam situasi sosial nyata, makna kata menjadi sangat penting, begitu pula pola perilaku dan hasil interaksi. Strategi sosiokultural menjelaskan bahwa faktor eksternal pada individu mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku individu.

3. Strategi Konstruksi Makna

Strategi konstruksi makna adalah hubungan antara pengetahuan dan tindakan dapat dicapai hingga apa yang diingat. Berdasarkan alasan tersebut, tampak bahwa premis utama strategi konstruksi makna adalah bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Namun, yang hilang adalah rincian asumsi mengenai tren dan protes internal seperti perubahan sikap, disonansi kognitif, atau peristiwa sosial yang kompleks dan ekspektasi budaya. Menurut strategi ini, pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Strategi ini dimulai dengan gagasan bahwa hubungan Menurut strategi ini, pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Strategi ini dimulai dengan gagasan bahwa hubungan antara pengetahuan dan tindakan dapat dicapai sejauh dapat dihafal. Strategi pembentukan makna dilakukan

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.

melalui konstruksi makna. Orang yang membujuk berusaha menyampaikan pengetahuan tentang sesuatu kepada orang yang dibujuk dari lingkungannya.

C. Unsur-unsur komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif menjadi efektif dan sukses, penting untuk mempertimbangkan berbagai elemen selama implementasinya. Komponen komunikasi persuasif mencakup:

1) *Persuader* (pemberi pesan)

Merupakan individu atau kelompok yang bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan atau ide untuk mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku orang lain, baik secara verbal maupun non-verbal. Selain itu, persuader ditugaskan untuk memberikan sejumlah besar informasi atau pengetahuan kepada audiens target melalui berbagai cara. Dalam melaksanakan tanggung jawab ini, ada beberapa sikap penting yang harus dimiliki setiap persuader, seperti yang diuraikan oleh Effendy. Sikap signifikan ini terdiri dari bersikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif, dan transmitif. (Husin, 2022)

Selain itu, Richard Perloff, dalam karyanya “Persuasi Dinamis,” menyarankan bahwa meskipun tidak ada karakteristik fundamental yang pasti untuk persuader yang efektif, setidaknya ada tiga sifat penting yang diperlukan untuk menjadi persuader yang dapat diandalkan: otoritas, kredibilitas, dan kemampuan untuk terhubung dengan audiens target.

a) Otoritas,

karakteristik pertama, terkait dengan keahlian yang secara langsung diakui oleh persuader. Keahlian ini meningkatkan kepercayaan orang yang dibujuk pada pesan atau informasi yang disampaikan. Otoritas ditetapkan berdasarkan latar belakang pendidikan dan pengalaman persuader, mewujudkan kekuatan yang dapat mempengaruhi orang yang dibujuk untuk bertindak sesuai dengan harapan persuader. (Febrianto, 2023)

b) Kredibilitas,

Dikaitkan dengan keahlian dan kepercayaan, berfungsi sebagai aset penting bagi setiap persuader. Membangun kredibilitas melibatkan persepsi orang lain tentang bujuk, mencakup kualitas intelektual, moral, dan emosional. Menurut Aristoteles, kredibilitas dikaitkan dengan orang yang dibujuk dan bukan kualitas yang melekat pada persuader. Untuk membangun kredibilitas, persuader harus menunjukkan keahlian, kepercayaan, dan kesukaan. Aristoteles juga mengidentifikasi tiga sumber kredibilitas persuader: etos, logos, dan pathos. Ethos membutuhkan

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.

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

persuader tidak hanya untuk menyampaikan pesan yang koheren tetapi juga untuk berkomunikasi dengan cara yang mudah dipahami oleh orang yang dibujuk, menyesuaikan gaya komunikasi yang sesuai. Logos melibatkan penyajian informasi dengan penalaran yang masuk akal dan data faktual, sementara Pathos melibatkan menarik emosi positif seperti empati, kepercayaan, dan kasih sayang ketika berinteraksi dengan orang yang dibujuk. (Salsabila & Visual, 2023)

c) Daya Tarik (Attaractiveness)

Daya tarik menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan tingkat keberhasilan komunikasi persuasif yang dijalankan. Penelitian yang dilakukan oleh Prof. Albert Mehrabian memberikan hasil bahwa persuadee melihat aspek aspek verbal hanya sebesar 7%, vocal 38% dan visual (Penampilan) 55% dari persuader. Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa penampilan fisik memiliki daya tarik lebih dibandingkan dengan kemampuan verbal dan vocal. Untuk mengukur daya tarik dalam proses komunikasi persuasif, maka dapat melalui beberapa aspek, yaitu: Pertama, Kesamaan (Similarity). Kesamaan merupakan dasar dari daya tarik dalam semua jenis hubungan. Dalam hubungan antar manusia, kesamaan juga memegang peran yang penting. Orang yang memiliki kesamaan, cenderung akan mendukung satu sama lain. Setiap orang akan memandang suatu tindakan itu benar apabila hal tersebut juga dilakukan oleh orang lain. Kedua, Familiaritas (Familiarity). Familiaritas atau keakraban yang dimaksud adalah antara persuadee dan persuader. Familiaritas dapat dilakukan baik melalui media massa maupun secara langsung. Ketiga, Kesukaan (Liking). Indikasi kesukaan dalam komunikasi persuasif adalah ketertarikan terhadap persuader dan pesan yang disampaikan. Namun di beberapa kondisi, ketertarikan tersebut dapat hanya ke persuader ataupun hanya kepada pesan yang disampaikan. Namun tentunya diharapkan, ketertarikan ini terhadap persuader serta pesan yang disampaikan. Untuk itu penting bagi persuader menciptakan kesan yang menarik minat persuadee. (Tyas et al., 2024)

2) *Persuadee* (penerima pesan)

Persuadee adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi sasaran persuader dalam menyampaikan pesan ataupun informasi baik secara verbal maupun non-verbal. Persuadee harus melalui proses belajar terlebih dahulu sebelum akhirnya melakukan aktivitas. (Ariani & Dristiana, 2019) Proses komunikasi persuasif akan efektif apabila terdapat persamaan persepsi antara persuader dan persuadee. Setidaknya terdapat tujuh kategori persuadee apabila ditinjau dari cara penerimaan pesan, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Persuadee yang Tidak Bersahabat secara Terbuka Persuadee dengan kategori ini tidak senang terhadap kita. Sehingga ia akan menunjukkan sikap penentangan secara terbuka. Bahkan persuadee ini dapat mengajak orang untuk samasama melakukan penentangan.
 - b. Persuadee Tidak Bersahabat Persuadee ini berada di posisi tidak setuju terhadap posisi persuader. Persuadee ini cenderung terselubung dengan sekedar melakukan penolakan tanpa perlawanan. Persuadee ini pun tidak mencari dukungan dari pihak lain.
 - c. Persuadee Netral Persuadee ini memahami posisi persuader. Mereka bersikap tidak memihak. Persuadee ini juga tidak berada di posisi pro maupun kontra. Persuadee ini bersikap seolah tidak peduli terhadap lingkungan sekitar.
 - d. Persuadee Ragu-ragu Persuadee ini cenderung lebih mempercayai persuader. Persuadee ini bimbang antara antara mempercayai atau menerima dan menolak pesan yang disampaikan persuader.
 - e. Persuadee yang Tidak Mengetahui Persuadee ini tidak mengenal dan tidak mengetahui informasi mengenai persuader. Akibatnya, keputusan mereka bergantung pada seberapa besar persuader dapat meyakinkan mereka.
 - f. Persuadee yang Mendukung Persuadee ini mendukung serta memahami posisi persuader. Persuadee ini berfikiran positif terhadap tindakan yang dilakukan oleh persuader meskipun tindakan itu dilakukan secara tidak terbuka.
 - g. Persuadee yang Mendukung secara Terbuka Persuadee mendukung sepenuh hati, karena benar-benar memahami posisi persuader. Mereka tidak ragu menerima informasi dari persuader, bahkan mereka juga melakukan tindakan secara aktif sesuai pemikiran atau ide yang disampaikan. Keberhasilan komunikasi persuasif ini juga berdasarkan atas pemahaman persuadee terhadap pesan yang disampaikan oleh persuader. Komunikasi persuasif dapat terjadi dimanapun dan kapanpun. Siapapun dan dimanapun, seseorang atau sekelompok orang dapat menjadi persuadee. (Santos, Prihatini, & Lavivi, 2021)
- 3) Pesan
- Pesan merupakan suatu hal yang disampaikan oleh persuader kepada persuadee. Pesan ini tentunya harus mampu mengubah sikap seorang persuadee agar dapat berperilaku sesuai dengan yang persuader harapkan. Tujuan dari pesan komunikasi persuasif yaitu: Pertama, Membentuk Tanggapan. Kedua, Memperkuat Tanggapan. Ketiga, Mengubah

Tanggapan.(Irpandila, 2019) Dalam komunikasi persuasif, setidaknya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesan tersebut, meliputi: Pertama, Struktur Pesan. Struktur merupakan pola, urutan maupun penempatan argument dalam komunikasi persuasif agar pesan dapat disajikan serta disampaikan dengan baik serta terstruktur. Kedua, Gaya Pesan. Dalam menyampaikan, persuader harus menggunakan bahasa yang sederhana agar mudah dimengerti. Gaya pesan ini memiliki fungsi sebagai isyarat yang disampaikan, bentuk struktural, pengaruh sosial, penafsiran, refleksi diri dan kebersamaan.

Dalam komunikasi persuasif, persoalan yang paling pokok berhubungan dengan cara persuader dalam menggunakan kata agar pesan dapat mempengaruhi setiap persuadee. Terdapat dua bentuk pengayaan dalam komunikasi persuasif, meliputi: Pertama, Gaya Lisan Persuasif. Persuader harus menyampaikan pesan dengan cara yang mengesankan serta menggunakan bahasa yang jelas, lugas serta tepat. Kedua, Efektivitas Penggunaan Bahasa. Pesan harus disampaikan dengan unsur kejelasan, ketepatan serta kelugasan. Ketiga unsur ini tentunya sangat berperan penting agar pesan dapat diterima dengan baik oleh persuadee nantinya. Serta faktor yang selanjutnya, Ketiga, Daya Tarik Pesan. Hal ini berkaitan dengan pengulangan pesan serta bahasa yang digunakan. Pengulangan pesan perlu dilakukan agar dapat melekat di benak ataupun diingat oleh persuadee. (Santos et al., 2021)

Daya tarik pesan mengandung dua pendekatan, meliputi: Pertama, Emotional Appeals. Hal ini berkaitan dengan perasaan, nilai serta emosi pada diri persuadee agar persuader dapat memahami suasana hati yang sedang dirasakan oleh persuadee. Tentunya setelah pendekatan ini dilakukan, persuadee pun akan lebih tertarik terhadap pesan yang menyenangkan serta mengunggah emosi. Kedua, Rational Appeals. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menyampaikan pesan dengan bukti logis serta empiris agar persuader dapat lebih meyakinkan persuadee dalam menerima pesan yang telah disediakan. Pesan persuasif juga dipandang sebagai suatu usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasi serta mengarahkan ke tujuan yang telah ditetapkan.(Santos et al., 2021)

4) Saluran

Pada umumnya, saluran komunikasi terdiri dari dua bentuk, yaitu komunikasi tatap muka (Face to face communication) dan komunikasi bermedia (Mediated communication). Saluran juga menjadi unsur yang penting dalam proses komunikasi persuasif. Melalui saluran ini, komunikasi persuasif dapat tersampaikan dari persuader terhadap persuadee. Pertama,

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 Tatap Muka. Komunikasi ini juga disebut dengan komunikasi langsung. Proses komunikasi persuasif dengan saluran ini, terjadi pertemuan secara fisik sehingga efek, respons dan umpan balik dapat terjadi secara langsung. (Salsabila & Visual, 2023)

Apabila ditinjau dari jumlah sasaran, maka komunikasi tatap muka ini terbagi menjadi dua bentuk yaitu menjadi dua yaitu komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Word of Mouth (WOM). WOM adalah salah satu cara paling ampuh dalam komunikasi persuasif untuk membujuk maupun mempengaruhi sikap seseorang. Aktivitas seperti mengambil keputusan atas dasar saran ataupun rekomendasi dari orang lain, juga termasuk salah satu tindakan dari Word of Mouth (WOM) ini. Kedua, Komunikasi Bermedia. Penerima pesan melalui komunikasi bermedia ini telah memasuki individu personal atau kelompok individu dengan jumlah yang besar. Dalam komunikasi bermedia, penerima pesan disebut sebagai khalayak sedangkan medium penyampaian pesandisebut dengan media massa. Media ataupun saluran ini juga menjadi perantara dari persuader untuk menyampaikan isi pesan hingga tujuan akhir dari pesan disampaikan. (Iqbal & Parawangi, 2022)

5) Umpan balik

Umpan Balik merupakan bentuk reaksi yang datang dari persuadee setelah menerima pesan dari persuader. Umpan balik berperan penting sebagai evaluasi bagi persuader dan untuk mengukur apakah pesan yang disampaikan dapat diterima atau tidak. Menurut Sastropetro umpan balik adalah jawaban yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri atas umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal merupakan reaksi komunikator terhadap pesan yang disampaikannya dalam kata lain umpan internal adalah koreksi atas pesan yang terlanjur di ucapkan. Sedangkan umpan eksternal merupakan reaksi yang datang dari penerima karena pesan yang di sampaikan sumber tidak dipahminya atau tidak sesuai dengan keinginan dan harapannya. Umpan balik eksternal ini bisa bersifat langsung dan bisa pula tertunda. Untuk itu dalam komunikasi persuasif umpan balik memiliki kedudukan yang sangat penting untuk mengoreksi pesan-pesan yang di sampaikan. (Ayu, Claria, Sariyani, Warmadewa, & Tuter, 2020)

6) Efek

Efek komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuadee sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi. Efek yang terjadi dapat berbentuk perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku. Menurut Defleur, efek komunikasi persuasif dapat dijelaskan dalam dua model, yaitu: Pertama, Model Psikodinamika. Menurut model ini, pesan

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 persuasif akan menjadi lebih efektif apabila pesan itu memiliki kemampuan mengubah secara psikologis yang meliputi minat serta perhatian individu. Kedua, Model Sosial Budaya. Menurut model ini, proses komunikasi persuasif sulit untuk ditafsirkan secara tepat. Proses komunikasi persuasif tersebut hanya dapat ditafsirkan dengan didasarkan pada variabel psikologis belaka. (Maya, Islam, Raden, Indasari, & Pratama, 2023)

D. Elemen-elemen komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif memiliki beberapa elemen untuk dapat mempengaruhi individu atau sekelompok masyarakat, yaitu;

1. *Claim*, yaitu pernyataan tujuan persuasi baik yang tersurat maupun tersirat. Misalnya dalam iklan rokok, secara lugas iklan itu mengajak terang-terangan untuk membeli rokok kepada masyarakat (eksplisit) tetapi karena iklan rokok tidak boleh terlalu vulgar dalam mengajak masyarakat membeli rokok maka iklan pun dibuat secara tertutup tetapi tidak meninggalkan substansinya mengajak masyarakat dalam membeli rokok (implisit).
2. *Warrant*, yaitu ajakan yang dibungkus dengan kata-kata yang cenderung tidak memaksa. Misalnya ada sebuah ajakan yang berbunyi, “Mari kita bersama-sama menjaga lingkungan kita”. Kalimat itu secara tidak langsung mengajak dengan cara yang halus tetapi tidak bersifat perintah.
3. *Data*, yaitu dalam melakukan ajakan terhadap massa, komunikator biasanya menggunakan data-data sebagai pijakan dalam melakukan ajakan. (Septiana, 2018)

E. Teknik-teknik Komunikasi Persuasif

Dalam komunikasi persuasif, teknik merupakan cara ataupun seni yang dilakukan oleh persuader sedemikian rupa terhadap persuadee, sehingga melalui teknik ini dapat menimbulkan dampak tertentu pada persuadee. Menurut William S. Howell, dkk (1977), teknik komunikasi persuasif terdiri dari beberapa jenis, yaitu: (Agustin & Sampoerno, 2023)

- a) *The Yes-Respon Technique*
Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengarahkan persuadee dalam pembentukan pendapat, sikap, ataupun perilaku tertentu dengan mengemukakan beberapa pertanyaan yang saling berhubungan.
- b) *Putting It Up To You*
Melalui teknik ini, persuader berusaha untuk menjalin hubungan secara psikologis dengan persuadee. Cara yang dilakukan oleh persuader adalah dengan berulang kali menanyakan kesetujuan maupun ketidaksetujuan 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.

kejelasan mengenai pendapat maupun penilaian dari topik yang telah dibicarakan.

c) Simulated Disinterest

Melalui teknik ini, persuader berusaha untuk menimbulkan perasaan cemas dan sikap memaksa kepada persuadee agar dapat mengikuti keinginannya.

d) Transfer Lingkungan

Yang menjadi lokasi komunikasi persuasif dilakukan, akan berpengaruh terhadap hasil komunikasi persuasif yang telah dilakukan. Apabila lingkungan tersebut positif, maka kondisi itu akan membantu dalam menciptakan warna sebagai hasil dari proses komunikasi persuasive.

e) Bandwagon Technique

Melalui teknik ini, persuader berupaya membentuk keyakinan diri persuadee mengenai hal-hal yang disampaikan. Teknik ini juga bertujuan untuk membujuk persuadee dengan mengemukakan bahwa orang lain menyetujui mengenai pesan yang disampaikan. Sehingga persuadee yakin terhadap pesan tersebut dikarenakan orang lain pun menyetujui hal yang sama.

f) Say It With Flowers

Teknik ini dilakukan dengan cara persuader mengambil hati persuadee dengan memuji kelebihan, kemampuan, kepandaian mereka. Persuader meyakini bahwa dengan cara seperti ini, persuadee akan tertarik dengan proses komunikasi persuasif yang persuader lakukan.

g) Reassurance Melalui

Teknik ini, persuader menjalin hubungan secara psikologis dengan persuadee. Setelah proses persuasi dilakukan, persuader yang menggunakan teknik ini tidak membiarkan hubungan yang telah terjalin tersebut, putus begitu saja. Persuader dengan teknik ini biasanya akan melakukan kembali proses interaksi baik melalui surat, telepon bahkan juga dapat langsung menemui kembali persuadee tersebut.

h) Don't Ask If Ask Which

Teknik ini memberikan persuadee banyak pilihan tentang sesuatu hal. Pesan yang akan disampaikan harus dikemas dengan baik agar persuadee dapat memaknai pesan dengan jelas. Penawaran atau pilihan disampaikan secara menarik agar persuadee dapat menemukan banyak pilihan dari hal yang telah disampaikan. Melalui teknik ini, penawaran yang tidak apa-apanya harus dihindari.

i) The Swap Technique

Teknik ini dilakukan dengan cara barter baik yang berkaitan dengan barang ataupun informasi. Apabila informasi telah diberikan, maka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

persuadee akan merasa memiliki kewajiban untuk menyetujui ide atau gagasan yang telah disampaikan oleh persuader. Hal tersebut merupakan tujuan dari teknik ini.

j) Technique of Irritation

Teknik ini dilakukan dengan cara membujuk persuadee agar menyetujui ide atau gagasan yang disampaikan oleh persuader. Apabila teknik ini gagal untuk dilakukan, maka persuader akan dianggap sebagai tukang paksa. Namun apabila pesan disampaikan dengan halus dan menggunakan bahasa yang baik, maka persuadee dapat memberikan respons sesuai dengan yang diharapkan oleh persuader. Apabila dibandingkan dengan teknik yang lain, teknik ini lebih terkesan memaksa.

F. Prinsip dan tujuan dalam komunikasi persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh persuader sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu. Adapun empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut De Vito adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Pemaparan Selektif Prinsip ini menerangkan bahwa pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses meyakinkan sasaran persuasi akan dilangsungkan, maka pemaparan selektif akan terjadi.
2. Prinsip Partisipasi Khalayak Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktifitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasi bersifat transaksional, dimana pembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif didalamnya.
3. Prinsip Inokulasi Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentangnya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.
4. Prinsip Besaran Perubahan Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan

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.

Interst (kepentingan) akan membuat seseorang atau orang banyak selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang-orang hanya memperhatikan rangsangan (stimuli) yang ada hubungannya dengan kepentingan sendiri. Kepentingan dimaksud biasanya didasari oleh apa yang disebut predisposisi orang yang bersangkutan. Predisposisi tersebut bisa berupa selera terhadap sesuatu hal, bisa berupa pendapat mengenai aliran politik tertentu, bisa berupa nilai-nilai tentang bentuk-bentuk keindahan, kesenian, kebudayaan tertentu, bisa berupa sikap terhadap kejadian atau situasi-situasi tertentu, dan banyak hal-hal lain lagi. Predisposisi merupakan aliran atau pendirian seseorang atau orang banyak motif akan mendorong seseorang atau orang banyak tersebut sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan, dan kekurangan orang berbeda satu sama lainnta dari waktu ke waktu serta tempat ke tempat. Karenanya, motif orang akan beebeda intensitasnya. Demikian pula motif seseorang terhadap pengaruh yang dihadapinya. Semakian sesuai pengaruh itu dengan motif seseorang, makin besar pula kemungkinan diterimanya pengaruh itu oleh orang tersebut.(Tyas et al., 2024)

Prejudice atau biasa juga disebut prasangka merupakan hambatan yang paling berat dalam upaya persuasi. Sebab, orang yang berprasangka (terutama prasangka buruk), belum apa-apa sudah bersikap was-was dan menentang komunikator yang akan melancarkan komunikasi atau persuasi. Dalam prejudice, emosi akan memaksa untuk menarik kesimpulan atas dasar syak-wasangka (umumnya jelek) tanpa menggunakan pikiran secara rasional.(Prayoga et al., 2023)

H. Pariwisata

Menurut Pendit istilah “pariwisata” berasal dari bahasa Sansekerta dan terdiri dari kata-kata “pari” berarti “pergi” atau “bepergian,” dan “wis” yang menandakan “rumah.” Istilah “pariwisata” berasal dari kata “wis” (laki-laki), yang menunjukkan desa, dan “ata” yang berarti mengembara. Oleh karena itu, konsep pariwisata dapat dipahami sebagai berkeliaran di luar ruangan tanpa niat menetap secara permanen dan tujuan tertentu.(Tangian, 2020) Undang-Undang Pariwisata menyatakan bahwa misi pariwisata adalah untuk meningkatkan pendapatan pemerintah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum, dan memenuhi kebutuhan fisik, mental, dan intelektual wisatawan melalui perjalanan dan rekreasi.

Selain itu, pariwisata memiliki beberapa tujuan, termasuk mempromosikan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan individu, mengurangi kemiskinan dan pengangguran, menjaga lingkungan alam dan budaya, menumbuhkan rasa identitas, membina persatuan nasional, dan memperkuat hubungan persahabatan antar bangsa. Jenis dan bentuk pariwisata yang akan dikembangkan dapat ditentukan berdasarkan preferensi industri pariwisata itu

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.

sendiri.(Pratama, Hutagalung, & Karmilsari, 2023) Dalam praktiknya, fenomena perjalanan memmanifestasikan dirinya dalam berbagai manifestasi, misalnya:

Menurut lokasi geografis daerah di mana kegiatan pariwisata dibudidayakan, dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Pariwisata lokal, yang merupakan bentuk pariwisata yang memiliki ruang lingkup terbatas dan terbatas pada lokasi tertentu. Misalnya, pariwisata perkotaan di Denpasar dan pariwisata perkotaan di Bandung.
2. Pariwisata regional, yang mencakup upaya pariwisata yang berkembang dalam wilayah tertentu dan mungkin memiliki implikasi nasional, regional, atau bahkan internasional. Misalnya perjalanan ke Bali, Yogyakarta, dan tujuan lainnya.
3. Pariwisata domestik, yang berkaitan dengan pariwisata yang dibudidayakan di dalam perbatasan suatu negara, dan mencakup tidak hanya warga negara itu, tetapi juga warga negara asing yang tinggal di dalamnya. Misalnya pariwisata di berbagai daerah di Indonesia.
4. Pariwisata regional-internasional, yang menunjukkan pariwisata yang berkembang dalam serangkaian kondisi internasional terbatas, tetapi melintasi batas-batas lebih dari dua atau tiga negara di wilayah tersebut. Contoh utama dari hal ini adalah pariwisata ASEAN.
5. Pariwisata internasional, yang menandakan kegiatan pariwisata yang hadir atau berkembang di berbagai negara di seluruh dunia.(Pratama et al., 2023)

a) Definisi Instruksi Pariwisata

Sebagaimana dinyatakan dalam Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 19 tahun 1969 mengacu pada kegiatan yang memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan hidup yang unik, termasuk lanskap alam, iklim yang menyenangkan, artefak budaya, dan peninggalan sejarah. Demikian pula, definisi pariwisata dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata mencakup beragam kegiatan wisata, fasilitas, dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan otoritas lokal. Sejalan dengan perspektif Suwanto bahwa pariwisata berkaitan dengan tindakan bepergian untuk rekreasi, yang melibatkan perubahan tempat tinggal untuk tujuan yang terkait atau tidak terkait dengan menghasilkan pendapatan.(Konsanke, 2020) Perspektif Yoeti lebih menguraikan empat kriteria untuk pariwisata:

- a. Perjalanan melibatkan perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain, di luar tempat tinggal biasa individu.

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.

- b. Durasi perjalanan ini minimal 24 jam, kecuali untuk wisatawan yang mengambil bagian dalam perjalanan yang berlangsung kurang dari 24 jam.
- c. Tujuan utama perjalanan adalah rekreasi, tanpa niat untuk mencari pekerjaan di negara atau kota tujuan.
- d. Pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan tidak berasal dari pendapatan yang dihasilkan selama perjalanan wisata. Berdasarkan pemahaman yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata memerlukan perjalanan sementara yang dilakukan oleh seseorang untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari dan terlibat dalam kegiatan rekreasi. (Suni & Badollahi, 2019)

b) Wisatawan

Wisatawan tidak dapat dipisahkan dari ranah pariwisata. Wisatawan menunjukkan banyak keragaman, mencakup individu dari segala usia, baik lokal maupun asing, serta mereka yang berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi, yang semuanya memiliki harapan dan aspirasi yang berbeda dalam hal perjalanan. Menurut Oxford English Dictionary oleh Merpaung, seorang turis didefinisikan sebagai individu yang terlibat dalam perjalanan, terutama untuk tujuan rekreasi. Ini termasuk individu yang bepergian untuk kesenangan, eksplorasi budaya, dan untuk mengunjungi berbagai atraksi dan situs menarik. Definisi ini sejalan dengan maksud Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, yang menyatakan bahwa wisatawan adalah individu yang terlibat dalam kegiatan perjalanan baik secara individu maupun kelompok, dengan tujuan rekreasi, pertumbuhan pribadi, atau untuk mempelajari tentang fitur unik dari tujuan wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara. (Mahriani et al., 2020)

Wisatawan berdasarkan sifatnya dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yang berbeda.

1. ada turis modern idealis yang memiliki daya tarik mendalam untuk beragam budaya dan memiliki keinginan kuat untuk menjelajahi alam pada tingkat individu.
2. kita memiliki turis modern yang menunjukkan kecenderungan materialistis dan menyelaraskan diri dengan kelompok hedonistik yang mencari keuntungan dalam lingkungan kolektif.
3. kita bertemu dengan turis tradisional idealis yang memiliki minat mendalam pada cara hidup budaya tradisional dan memiliki apresiasi besar atas keaslian unsur-unsur alam yang tidak tercemar oleh pengaruh modernisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. ada pelancong tradisional yang didorong oleh motivasi materialistik dan mematuhi sudut pandang konvensional. Orang-orang ini memprioritaskan keterjangkauan, efektivitas biaya, dan keamanan dalam pengalaman perjalanan mereka Kawasan Pariwisata. (Febriani Jayadi & Suryawan, 2020)

c) kawasan pariwisata

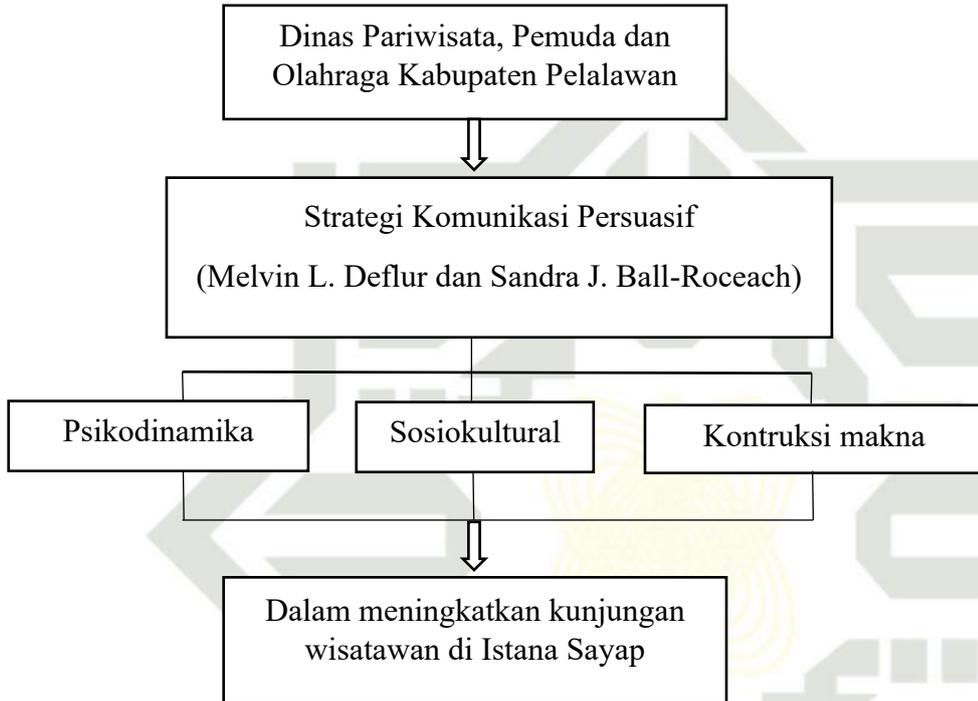
Dijelaskan dalam Undang-Undang No. 9 tahun 1990 Tentang Pariwisata, yang mendefinisikan area tersebut sebagai ruang yang ditunjuk secara khusus dibangun atau dicadangkan untuk memenuhi tuntutan pariwisata. Kawasan pariwisata dicirikan oleh kapasitasnya untuk terlibat dalam kegiatan yang bergantung pada pengelolaan yang efektif, di mana daerah tersebut dikembangkan atau dibangun sebagai tujuan rekreasi bagi wisatawan. (“Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990,” n.d.)

Muljadi dan Warman menyatakan bahwa kawasan pariwisata memikul tanggung jawab untuk:

- a. Menetapkan dan menyediakan sarana, infrastruktur, dan fasilitas yang diperlukan untuk melakukan kegiatan bisnis terkait pariwisata.
- b. Melakukan pengembangan dan administrasi sarana dan infrastruktur dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip keberlanjutan lingkungan.
- c. Memfasilitasi perolehan izin yang diperlukan bagi entitas yang berniat memanfaatkan sumber daya tersebut. Seperti yang ditetapkan oleh Sunaryo ialah beberapa kegiatan utama harus dilakukan dalam rangka program pemasaran pariwisata, antara lain:
 1. Pemahaman yang komprehensif tentang kebutuhan pasar pariwisata.
 2. Penciptaan produk wisata yang memiliki nilai signifikan di mata pasar pariwisata.
 3. Penyebaran informasi terkait mengenai produk wisata kepada calon wisatawan dengan cara yang sesuai dan menawan. (Herdiansya, 2019)

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam paradigma konstruktivisme dikaitkan dengan penyelidikan Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh sektor jasa pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Ini terutama dikaitkan dengan penekanan paradigma pada pemahaman subjektif dan konstruksi sosial pengetahuan. Menggunakan metodologi kualitatif yang bersifat deskriptif memungkinkan untuk pemeriksaan interpretasi individu dan konstruksi sosial yang berkaitan dengan usaha departemen pariwisata dalam pengembangan pariwisata, dengan mempertimbangkan sifat rumit dan multidimensi industri pariwisata. (Imanailo, 2019)

Pendekatan penelitian kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan mendalam dan analisis induktif. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap konteks dan makna dari suatu fenomena, serta memperhatikan aspek kualitatif dari entitas yang diteliti. Proses penelitian kualitatif dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi dasar dan interpretasi data, sehingga cocok digunakan untuk memahami upaya dinas pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, yang melibatkan beragam aspek kualitatif dan kompleksitas dalam industri pariwisata. (Fadli, 2021)

Metode penelitian deskriptif kualitatif mencakup pengumpulan data untuk menjelaskan fenomena secara komprehensif, dengan penekanan khusus pada pemahaman kerangka kontekstual dan signifikansi. Penelitian metodologis menggali Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan sehubungan dengan menambah kunjungan wisatawan di istana sayap karena memungkinkan analisis menyeluruh yang berkaitan dengan peran dan strategi layanan pariwisata tersebut dalam mendorong pengembangan pariwisata. Selain itu, menggunakan pendekatan deskriptif memungkinkan penggambaran yang cermat dari Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam konteks tertentu. (Prakoso, 2021)

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

Dalam penelitian ini dilaksanakan di kantor dinas pariwisata kabupaten pelalawan, Jl. Sultan Syarif Hasyim No1, Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2024.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.3 Sumber Data Penelitian

1. Data Premier
Data primer adalah data yang berasal langsung dari subyek pengukuran/pengamatan atau dari sumber pertama. (Heryana, 2021) Data premier dari penelitian ini yaitu dinas pariwisata kabupaten pelalawan karena dinas inilah yang bertanggung jawab atas Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap.
2. Data Sekunder
Data Sekunder adalah data yang tidak secara langsung didapat dari sumber awal atau telah mengalami kompilasi/pengolahan oleh instansi atau lembaga pengumpul data. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs WEB, dan internet. (Heryana, 2021)

3.4 Informan Penelitian**Tabel 3.1 Informan penelitian**

NO.	NAMA	JABATAN
1.	Dodi Asma Saputra, S.STP	Kepala Dinas Pariwisata
2.	Susy Amiliana, S.Pi, M.Si	Sekretaris
3.	Aswinda Hari Harahap, S.E	Kepala Bidang Pariwisata
4.	Erwan B. S.Pd	Kepala Bidang sarana dan prasarana
5.	Febriana Yanti, S.S	Staf pariwisata

Sumber: olahan peneliti 2024

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- 1) Observasi ialah Pengamatan dalam konteks penelitian merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung dari berbagai aspek yang saling berhubungan. Dalam penyelidikan Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh dinas pariwisata

untuk menambah kunjungan wisatawan, pengamatan dapat mencakup pengawasan kegiatan promosi pariwisata, interaksi antara layanan pariwisata dan masyarakat setempat, serta kondisi faktual dari tempat-tempat wisata yang merupakan titik fokus penelitian. Melalui pengamatan, peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang pelaksanaan Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata dan dampaknya terhadap kunjungan wisatawan, sehingga memberikan dukungan pada analisis kualitatif komprehensif yang berkaitan dengan peran layanan pariwisata dalam pengembangan pariwisata. (Auzi, 2020)

- 2) Wawancara mengacu pada Strategi Komunikasi Persuasif atau prosedur keterlibatan antara pewawancara dan responden dengan tujuan memperoleh informasi atau data. Dalam lingkup menyelidiki Strategi Komunikasi Persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap, wawancara dapat digunakan sebagai sarana untuk menyelidiki perspektif, pertemuan, dan pemahaman berbagai pemangku kepentingan, termasuk pejabat pariwisata, operator pariwisata, dan wisatawan, sehingga memberikan wawasan mendalam yang berkaitan dengan upaya tersebut. (Auzi, 2020)
- 3) Dokumentasi dalam penelitian mengenai Strategi Komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap dapat mencakup kompilasi serangkaian catatan terkait, seperti laporan keuangan, dokumen perencanaan, brosur promosi, dan dokumen lain yang terkait dengan Strategi komunikasi persuasif yang ditujukan untuk pengembangan pariwisata. Dokumentasi ini memiliki potensi untuk memberikan informasi penting yang berkaitan dengan strategi dan pelaksanaan Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata dalam bidang pengembangan pariwisata, sementara juga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang keadaan yang berlaku dari tempat-tempat wisata yang merupakan titik fokus penyelidikan. (Prakoso, 2021)

3.6 Validitas Data

Jaminan keakuratan dan keandalan temuan penelitian mengenai Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan sangat bergantung pada kelayakan data yang digunakan. Cara yang efektif untuk

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.





memastikan kredibilitas data memerlukan pemanfaatan teknik triangulasi, yang melibatkan perbandingan dan verifikasi data dari berbagai sumber, termasuk wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Melalui penggunaan metode ini, peneliti dapat menjamin keakuratan dan keandalan data yang terakumulasi, sehingga meningkatkan validitas data dan menanamkan kepercayaan pada temuan penelitian. (Fadli, 2021)

Akibatnya, teknik triangulasi menemukan kegunaan dalam penelitian yang berkaitan dengan Strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, karena mereka mempromosikan keakuratan dan keandalan data yang dikumpulkan. Tes kredibilitas untuk data dalam penelitian kualitatif sering dilakukan melalui penerapan teknik triangulasi. Triangulasi mencakup permintaan data dari sejumlah besar sumber atau metodologi, seperti wawancara, pengamatan, dan dokumentasi, untuk memastikan validitas dan keandalan data. Dengan membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai sumber, peneliti dapat memperkuat validitas data dan menginspirasi kepercayaan pada temuan penelitian. Akibatnya, dalam konteks penelitian tentang Strategi komunikasi persuasif pariwisata dalam menambah kunjungan wisatawan, uji kredibilitas untuk data dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknik triangulasi, sehingga memastikan keakuratan dan keandalan data yang terkumpul. (Fadli, 2021)

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan pengujian kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan untuk memilih data yang relevan dan membuang data yang tidak diperlukan. Tahap penyajian data dilakukan untuk menyusun data secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Tahap pengujian kesimpulan dilakukan untuk memastikan kesimpulan yang diambil sesuai dengan data yang dianalisis. Oleh karena itu, ketiga tahap tersebut sangat penting dalam teknik analisis data untuk memastikan hasil analisis yang akurat dan valid. (Rezkia, 2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Geografis Kabupaten Pelalawan

Kabupaten Pelalawan didirikan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999, sebagai perpanjangan dari Kabupaten Kampar, dan secara resmi diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri pada tanggal 12 Oktober 1999. Dimulainya operasional, di sisi lain, diawasi oleh Gubernur Riau pada tanggal 5 Desember 1999, menunjuk Pangkalan Kerinci sebagai pusat administrasi Kabupaten Pelalawan. Pembentukan Kabupaten Pelalawan didasarkan pada konsensus yang dicapai melalui konsultasi ekstensif di antara masyarakat Kampar Hilir dari 11 hingga 13 April 1999, di Pangkalan Kerinci. Pertemuan ini melibatkan berbagai segmen masyarakat, termasuk Pemimpin Masyarakat, Perwakilan Pemuda, Badan Adat, Intelektual, Cerdik Pandai, dan Alim Ulama. Asal-usul Pelalawan dapat ditelusuri kembali ke pemisahan Kerajaan Pekantua dari Kerajaan Johor pada tahun 1966 M, memperkuat otoritasnya atas wilayah tersebut. Secara geografis, Kabupaten Pelalawan membentang 13.924,94 Km², berpotongan oleh Sungai Kampar dan berfungsi sebagai pertemuan Sungai Kampar Kanan dan Sungai Kampar Kiri.

Kabupaten ini mencakup beberapa pulau besar seperti Pulau Mendol, Pulau Serapung, dan Pulau Muda, bersama dengan yang lebih kecil seperti Pulau Tugau, Pulau Labuh, Pulau Baru, Pulau Ketam, dan Pulau Uttu. Awalnya terdiri dari 4 Kecamatan Langgam, Pangkalan Kuras, Banut, dan Kuala Kampar—Kabupaten Pelalawan kemudian diperluas menjadi 9 Kecamatan menyusul arahan dari Direktur Jenderal PUOD tanggal 21 Juni 1999. Meskipun demikian, resolusi selanjutnya oleh Gubernur Provinsi Riau mengembalikan Kabupaten Pelalawan menjadi 10 kecamatan. Akhirnya, pada tahun 2005, Peraturan Daerah Kabupaten Pelalawan Nomor 06 menyebabkan pembagian kabupaten menjadi 12 kecamatan. Pada awal 2013, populasi Kabupaten Pelalawan telah mencapai sekitar 334.899 individu atau 80.964 rumah tangga, mewakili latar belakang etnis yang beragam. Kabupaten ini memiliki 106 Pemerintah Desa dan 12 Pemerintah Desa, terletak di sepanjang sungai, perkebunan, dan daerah transmigrasi, dengan Kabupaten Teluk Meranti menjadi yang terbesar dengan 423.984 Ha (30,45%) dan Kabupaten Pangkalan Kerinci terkecil dengan 19.355 Ha (1,39%). Khususnya, Kabupaten Pangkalan Kerinci, yang berfungsi sebagai pusat administrasi Kabupaten Pelalawan, berdiri sebagai ibu kota kabupaten terdekat dengan jarak 1 Km, sedangkan yang terjauh adalah ibu kota kabupaten Kuala Kampar di Desa Teluk Dalam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dilihat dari koordinat geografisnya, Kabupaten Pelalawan terletak strategis di 0046.24 LU, hingga 0024.34 Lintang Selatan dan 10130.37 BT, hingga 10321, 36 BT. Terletak di sepanjang jalur Lintas Timur Sumatra, yang dikenal sebagai koridor ekonomi paling padat penduduknya. Selain itu, Kabupaten Pelalawan berbatasan dengan Provinsi Kepulauan Riau, khususnya Kabupaten Kundur di Kabupaten Karimun. Topografi daerah ini terdiri dari dataran rendah dan perbukitan, dengan dataran rendah sebagian besar membentang ke arah timur, mencakup 93% dari total luas daratan. Sebagian besar wilayah ini ditetapkan sebagai kawasan konservasi, ditandai dengan tanah asam dan organik di daerah tertentu, air tanah payau, dan tingkat kelembaban dan suhu udara yang relatif tinggi.

Luas wilayah kabupaten pelalawan sebesar 1.822,10 Km² (termasuk luas lautan) yang terdiri dari 12 kecamatan, 14 kelurahan, 104 desa, 645 RW dan 1.850 RT. Kabupaten pelalawan terletak dipesisir timur pulau Sumatera dengan wilayah daratan yang membentang di sepanjang bagian hilir Sungai Kampar serta berdekatan dengan selat Malaka, secara geografis kabupaten pelalawan terletak antara 1⁰ LU dan 0⁰,20”LS serta antara 100⁰,42”-103⁰,288” BT dengan batas-batas wilayah.

4.2 Gambaran Umum Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten pelalawan berada dikomplek perkantoran pemerintahan daerah kabupaten pelalawan di bhakti praja pangkalan kerinci kabupaten pelalawan. Seiring perkembangan zaman dan mulai diawali keinginan yang kuat untuk mengeksplorisasikan wisata yang ada di daerah Kabupaten pelalawan.

Pada awalnya bernama Dinas Pariwisata, Kesenian dan Kebudayaan Kabupaten Pelalawan dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 22 Tahun 2002 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata, Kesenian dan Kebudayaan Kabupaten Pelalawan yang merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah di bidang kepariwisataan, kesenian dan kebudayaan dan mempunyai tugas untuk membantu Bupati dalam melaksanakan tugas di bidang Pariwisata, Kesenian dan Kebudayaan. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga. Dalam menyelenggarakan tugas dinas ini merupakan perangkat daerah yang disertai wewenang, tugas dan tanggung jawab menunjang penyelenggaraan urusan otonomi daerah, desentralisasi, dekosentrasi dan melaksanakan tugas dibidang Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga. Dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga dipimpin oleh Kepala Dinas, yang dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Bupati Pelalawan melalui Sekretaris Daerah Kabupaten. Tugas Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten

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.

Pelalawan melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan otonomi dan tugas pembantuan di bidang kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga.

Gambar 4.1 kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga



Sumber: Peneliti 2024

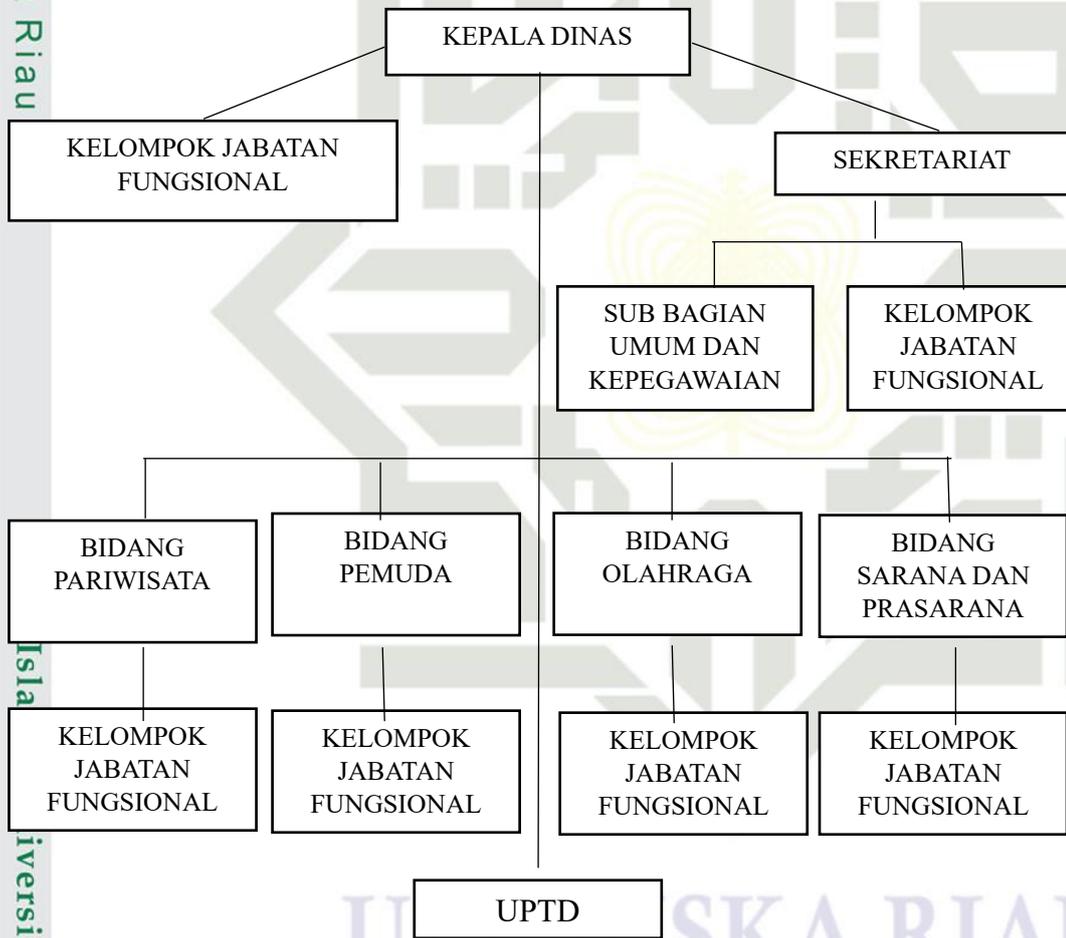
- A. Visi dan Misi
 - a) Visi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan adalah untuk mewujudkan Kabupaten Pelalawan sebagai tujuan wisata terkemuka, didukung oleh masyarakat yang tangguh secara budaya yang berjuang menuju eksistensi yang sejahtera, mandiri, dan sehat, baik secara fisik maupun spiritual.
 - b) Misi Untuk mewujudkan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan telah menguraikan sebagai berikut:
 - a. Mentoring dan kemajuan kemahiran sumber daya administrasi.
 - b. Memaksimalkan dan memperkaya potensi penuh budaya, pariwisata, pemuda, dan olahraga.
 - c. Menumbuhkan rasa akuntabilitas dan memperkuat peran masyarakat dalam kemajuan budaya dan konservasi untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata.
 - d. Memperkuat pembentukan dan pengembangan infrastruktur, fasilitas, dan fasilitas objek wisata terbaik.
 - e. Memelihara kemampuan dan kecerdikan kaum muda untuk menumbuhkan komunitas yang terampil dan sangat kompetitif di Kabupaten Pelalawan.
 - f. Memperkuat keterlibatan, tujuan, dan keterlibatan kaum muda dalam membangun lingkungan yang kondusif bagi kemajuan daerah.

- g. Menerapkan kerangka kerja manajemen olahraga untuk mensistematisasikan pembinaan dan pengembangan olahraga secara komprehensif dan abadi.
- h. Meningkatkan budaya dan pencapaian olahraga secara progresif dan berkelanjutan melalui fase pengakuan olahraga, pengawasan, bimbingan, pengembangan bakat, dan peningkatan kinerja.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4.3 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten Pelalawan.

Gambar 4.2 Struktur Organisasi



Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan, 2024

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.

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.

Susunan Organisasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan terdiri dari:

1. Kepala Dinas

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten Pelalawan mempunyai tugas membantu bupati melaksanakan urusan pemerintahan di bidang pariwisata, pemuda dan olahraga dan sarana yang menjadi kewenangan daerah.

- a. Penyusunan dan perumusan kebijakan kesekretariatan, bidang pariwisata, bidang olahraga, dan bidang sarana prasarana.
- b. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan kesekretariatan bidang pariwisata, bidang pemuda, bidang olahraga dan bidang sarana prasarana.
- c. Pelaksanaan administrasi pada kesekretariatan bidang pariwisata, bidang pemuda, bidang olahraga dan bidang sarana prasarana.
- d. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

2. Sekretariat

Secretariat menyelenggarakan tugas pelayanan administrasi, koordinasi, fasilitas, pemantauan, evaluasi dan pelaporan terkait perencanaan program, keuangan, perlengkapan dan pengelolaan barang milik daerah serta kepegawaian dan umum.

- a. Pelaksanaan koordinasi, fasilitas dan pelayanan administrasi dalam pengkajian, penyusunan dan pengusulan rencana strategis, rencana kerja perangkat daerah, rencana kerja tahunan, perjanjian kinerja, dan pelaporan kinerja pemerintah Dinas pariwisata, pemuda dan olahraga kabupaten Pelalawan.
- b. penyusunan dan pembinaan pelaksanaan norma, standar.prosedur dan kriteria perencanaan program, keuangan, perlengkapan dan pengelolaan barang milik daerah, serta kepegawaian dan umum.
- c. penyelenggaraan pemantuan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas sesuai dengan tugas yang telah dilaksanakan kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan.
- d. pelaksanaan tugas kebidanan lain yang diberikan pimpinan baik lisan maupun tertulis sesuai tugas dan fungsinya.

Sekretaris dibantu oleh kelompok jabatan fungsional, Subbagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas:

- a. Penyusunan, perumusan dan pembagian tugas jabatan Pelaksana serta uraian tugas jabatan dan uraian kegiatan Kelompok Jabatan Fungsional pada Subbagian Umum dan Kepegawaia.;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Perencanaan program/kegiatan dan penganggaran pada Subbagian Umum dan Kepegawaian.
- c. Penyusunan dan pembinaan pelaksanaan standar operasional prosedur pelayanan pada Subbagian Umum dan Kepegawaian.
- d. Pelaksanaan kegiatan ketatausahaan pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.
- e. Pelaksanaan dan mengatur fasilitas rapat, pertemuan dan upacara serta kegiatan keprotokolan.
- f. Penyusunan dan pengolahan bahan data informai untuk kepentingan masyarakat.
- g. Pelaksanaan pengadaan sarana prasarana kantor.
- h. Pengadaan pemeliharaan sarana dan parasarana kantor, kebersihan, keindahan, keamanan dan ketertiban kantor.
- i. pelaksanaan koordinasi dan pelayanan administrasi kepegawaian antara lain karpeg, karis/karsu, kartu askes/BPJS, taspen, pemberian penghargaan dan cinderamata, administrasi pernikahan dan perceraian pegawai, daftar hadir pegawai, surat izin cuti, surat perintah tugas, pelantikan pejabat, Penilaian Kinerja Pegawai, hukuman disiplin pegawai, kenaikan gaji berkala, validasi dan pemutakhiran data kepegawaian, penyusunan Analisa Jabatan, Analisa Beban Kerja, peta jabatan, proyeksi kebutuhan pegawai, standar kompetensi, dan evaluasi jabatan; pensiun pegawai dan urusan kepegawaian lainnya.
- j. pelaksanaan pengelolaan kearsipan antara lain melakukan pencatatan, pendistribusian, pendokumentasian dan pemeliharaan arsip.
- k. Pelaksanaan pengawasan, pemantauan, evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Subbagian Umum dan Kepegawaian
- l. pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugasnya.

3 Bidang pariwisata

Bidang Pariwisata menyelenggarakan tugas yang terkait dengan pengembangan objek wisata, pemasaran pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif Bidang Pariwisata menyelenggarakan fungsi;

- a. Pengkajian, penyusunan, pengusulan dan pengembangan rencana program/kegiatan dan anggaran Bidang Pariwisata
- b. Penyusunan dan pembinaan pelaksanaan standar operasional prosedur Bidang pariwisata.
- c. Pelaksanaan koordinasi penyusunan bahan perumusan kebijakan pariwisata dengan Sekretariat Daerah dan/atau Perangkat Daerah terkait.

- d. penyelenggaraan pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas sesuai dengan tugas yang telah dilaksanakan kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga
- e. pelaksanaan koordinasi, fasilitasi, pengawasan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Bidang Pariwisata; dan
- f. pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya

4. Bidang Pemuda

Bidang Pemuda menyelenggarakan tugas yang terkait dengan pembinaan dan pemberdayaan kepemudaan, kewirausahaan kepemudaan dan kerjasama kepemudaan:

- a. Pengkajian, penyusunan, pengusulan dan pengembangan rencana program/kegiatan dan anggaran Bidang Pemuda.
- b. Penyusunan dan pembinaan pelaksanaan standar operasional prosedur pada Bidang Pemuda.
- c. Pelaksanaan koordinasi penyusunan bahan perumusan kebijakan kepemudaan dan sekretariat daerah atau perangkat daerah terkait.
- d. Penyelenggaraan pemantauan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas sesuai dengan tugas tugas yang telah dilaksanakan kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan olahraga.
- e. Pelaksanaan koordinasi, fasilitasi, pengawasan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Bidang Pemuda.
- f. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya

5. Bidang Olahraga

Bidang Olahraga menyelenggarakan tugas yang terkait dengan pembibitan dan pembinaan olahraga, olahraga prestasi dan penyandang cacat dan olahraga rekreasi dan masyarakat

- a. Pengkajian, penyusunan, pengusulan dan pengembangan dan rencana program/kegiatan dan anggaran Bidang Olahraga.
- b. Penyusunan dan pembinaan pelaksanaan standar operasional prosedur pada bidang olahraga.
- c. Pelaksanaan koordinasi penyusunan bahan perumusan kebijakan olahraga dengan sekretariat daerah dan/atau perangkat daerah terkait.

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.

- d. Penyekenggaraan pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas sesuai yang telah dilaksanakan kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.
- e. Pelaksanaan koordinasi, fasilitasi, pengawasan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Bidang Olahraga
- f. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya

6. Bidang sarana dan prasarana

Bidang Sarana dan Prasarana menyelenggarakan tugas yang terkait dengan pembangunan, perlengkapan dan pemeliharaan.

- a. Pengkajian, penyusunan, pengusulan dan pengembangan dan rencana program/kegiatan dan anggaran Bidang Sarana dan Prasarana
- b. Penyusunan dan pembinaan pelaksanaan standar operasional prosedur pada bidang sarana dan prasarana.
- c. Pelaksanaan koordinasi penyusunan bahan perumusan kebijakan. Bidang Sarana dan Prasarana dengan sekretariat daerah dan/atau perangkat daerah terkait.
- d. Penyekenggaraan pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas sesuai yang telah dilaksanakan kepada Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.
- e. Pelaksanaan koordinasi, fasilitasi, pengawasan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Bidang Sarana dan Prasarana.
- f. Pelaksanaan tugas kedinasan lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

7. Kelompok jabatan fungsional

- 1) Kelompok jabatan fungsional melaksanakan tugas dan fungsi pelayanan fungsional berdasarkan keahlian dan keterampilan tertentu.
- 2) Penyusunan dan perumusan tugas jabatan dan uraian kegiatan jabatan fungsional dilaksanakan dengan berpedoman pada tugas dan fungsi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap dengan menggunakan Teori Strategi Komunikasi Persuasif dari Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach yang mana strategi ini terbagi menjadi tiga yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi kontruksi makna.

Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan mengadakan berbagai strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Istana Sayap. Salah satu strategi yang digunakan adalah Strategi Psikodinamika, yang berfokus pada mengajak wisatawan mengikuti event-event yang diselenggarakan di Istana Sayap. Contohnya, mandi balimau sultan, tahlil beanyut, dan ziarah makam raja. Tujuan dari strategi ini adalah untuk menyentuh emosional wisatawan dan meningkatkan kesadaran terhadap budaya dan sejarah yang terkait dengan objek wisata ini.

Strategi lain yang digunakan adalah Strategi Sosiokultural, yang didasari oleh pernyataan pokok dari strategi persuasi sosiokultural bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Dinas Pariwisata menggunakan nilai sebagai salah satu unsur dari luar individu yang mengarahkan masyarakat atau wisatawan untuk berpikir dan berperilaku. Nilai ini berupa kumpulan sikap dan perasaan yang diwujudkan melalui perilaku yang mempengaruhi perilaku sosial untuk merumuskan yang benar dan penting.

Strategi Kontruksi Makna juga digunakan, yang berfokus pada memanipulasi pengertian tentang pengetahuan yang diberikan. Dinas Pariwisata berupaya untuk membentuk pengertian serta pemahaman bagi para masyarakat atau wisatawan dengan menggunakan perumpamaan-perumpamaan. Contohnya, dalam event mandi balimau sultan, Dinas Pariwisata memberikan pemahaman yang sederhana dengan menggunakan perumpamaan secara sederhana terhadap suatu makna namun tidak mengurangi arti dari pengertian itu sendiri.

Dalam penelitian ini, Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan juga menggunakan media sosial seperti Instagram untuk berinteraksi dengan masyarakat dan meningkatkan kesadaran terhadap objek wisata Istana Sayap. Mereka menggunakan pesan-pesan baik tertulis maupun video untuk menyentuh aspek emosional masyarakat. Selain itu, mereka juga mengumpulkan umpan balik dari wisatawan yang telah mengunjungi Istana Sayap, membantu dalam meningkatkan

strategi promosi dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan wisatawan.

6.2 Saran

Dalam hasil penelitian yang dilakukan terhadap strategi komunikasi persuasif dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di istana sayap. Berdasarkan pengamatan penulis secara langsung, maka beberapa saran yang penulis sampaikan diantaranya:

1. Dinas pariwisata kabupaten pelalawan seharusnya lebih memaksimalkan penggunaan media Instagram dan website sehingga menarik perhatian wisatawan dengan adanya media yang digunakan.

2. Dinas pariwisata kabupaten pelalawan sebaiknya memperbanyak menyampaikan pesan melalui sosialisasi langsung ataupun tidak langsung ke masyarakat sehingga masyarakat sadar akan potensi wisata yang ada di istana sayap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., & Sampoerno. (2023). *Teknik Komunikasi Persuasif Host Live streaming terhadap penonton di aplikasi wish live*. 2(7), 664–672. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i7.3292>
- Afarindo, S. M., & Agustina, D. P. (2023). *Strategi Komunikasi Persuasif Karang Taruna Tunas Muda dalam Meminimalisir Kriminalitas Remaja*. 5, 13–24.
- Anissa Ulfah, D. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menarik Publik untuk Menjadi Affiliate. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 487–495. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1804>
- Ariani, W., & Dristiana, K. (2019). *Komunikasi Persuasif Pada Iklan Layanan*. 7(1), 167–178.
- Arianto, M. A., & Muary, R. (2022). *Komunikasi Persuasif dalam mengampayekan protokol kesehatan pada masa pandemi Covid-19*. 1(11), 2595–2604.
- Auzi. (2020). Teknik pengumpulan data. (*Gallus sp.*), 21(58). Diambil dari <https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom> 1989
- Ayu, D., Claria, K., Sariani, N. K., Warmadewa, U., & Tuter, T. (2020). *Metode Komunikasi Persuasif untuk meningkatkan motivasi berwirausaha masyarakat di desa Keisiman Kertalangau pada masa pandemi Covid-19*. 1(1), 1–10.
- Aziz, Z., & Muthohir, M. (2020). Penggunaan Multimedia Dan Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Melalui E-Learning Madrasah Pada Mata Pelajaran Fiqih Kelas Xii Ips 3 Semester Ganjil Di Man 1 Grobogan Tahun Pelajaran 2020/2021. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), 69. Diambil dari <http://journal.stekom.ac.id/index.php/pixel/page67>
- Carolyn, A. (2018). *Komunikasi Persuasif komunitas Kongkow nulis dalam meningkatkan Budaya menulis di kalangan mahasiswa kota Pekanbaru*. 5(1), 1–23.
- Dwiniati, R., Suherry, & Ayu, A. R. (2022). *Peran Pemerintah Kelurahan Dalam Perencanaan Pembangunan Infrastruktur Jalan Di Kelurahan Amal Bakti Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri HILIR*. 4(1), 926–948.
- Hadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*,

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.

21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

Febriani Jayadi, M., & Suryawan, I. B. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i01.p02>

Febrianto, P. S. (2023). *Komunikasi Persuasif orang tua dalam membimbing anak usia dini pengguna smartphone di kecamatan tanjung redeb kabupaten berau*. 11(2), 117–131.

Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 62–66. <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i2.12>

Hamzah, A., & Khairuddin, A. (2022). Makna Komunikasi Persuasif Muallim Darul Tafsir Terhadap Santri. *Maddah*, 4(2), 113–117. Diambil dari <https://www.journal.ibrahimy.ac.id/index.php/maddah/article/download/2142/1373>

Herdiansya. (2019). Pengembangan Wisata Sejarah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Heru, R. (2024). Di Tahun 2023 Tiga Ratus Ribu Lebih Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Riau. Diambil dari [riau.go.id](https://www.riau.go.id) website: [https://www.riau.go.id/home/skpd/2024/01/03/6514-di-tahun-2023-tiga-ratus-ribu-lebih-wisatawan-mancanegara-berkunjung-ke#:~:text=%22Jumlah kunjungan wisman](https://www.riau.go.id/home/skpd/2024/01/03/6514-di-tahun-2023-tiga-ratus-ribu-lebih-wisatawan-mancanegara-berkunjung-ke#:~:text=%22Jumlah%20kunjungan%20wisman)

Heryana, A. (2021). Data Dan Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1(1), 1–29. Diambil dari <https://www.dqlab.id/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian%0Ahttp://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>

Hidayah, N. (2023). Pengertian Wisatawan, Traveller, Visitors, Excursionist. Diambil dari [pemasaran dan pariwisata website](https://pemasaranpariwisata.com): <https://pemasaranpariwisata.com/2023/01/10/wisatawan/>

Husin, A. (2022). Komunikasi Persuasif (Dakwah Quraish Shihab Dalam Channel Youtube Najwa Shihab). *Jurnal Kajian Keislaman*, v, 46–47.

Iqbal, M., & Parawangi, A. (2022). *Pola Komunikasi persuasif Pimpinan Universitas dalam Mengatasi Demonstrasi Mahasiswa di Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar*. (1), 69–83.

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.

Prandila, I. (2019). *Komunikasi Persuasif Muhammadiyah Tobacco Control Center Yogyakarta dalam mensosialisasikan bahaya rokok pada remaja di Kabupaten Bantul*.

Konsanke. (2020). Pengertian Pariwisata Menurut Hukum dan Para Ahli. Diambil dari kumparan.com website: <https://kumparan.com/viral-food-travel/pengertian-pariwisata-menurut-hukum-dan-para-ahli-1ya7iv0PWfZ>

Latifa Karomah. (2018). *Strategi Komunikasi Persuasif pekerja sosial dalam pembinaan remaja putus sekolah di Panti sosial Bina remaja (PSBR) Rumbai*. 3(2), 53–54.

Mahriani, E., Pramanik, P. D., Srisusilawati, P., Wiratanaya, G. N., Sukmana, E., Mustika, A., ... Ariani. (2020). Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In *Pemasaran bisnis pariwisata di era digital*. Diambil dari www.penerbitwidina.com

Maya, A. W., Islam, U., Raden, N., Indasari, F., & Pratama, M. H. (2023). *Komunikasi Persuasif dalam membentuk sikap mental dari karakter (Studi pada Pelatih Pendidik Tamtama TNI AD KODAM II SWJ Palembang)*. 02, 28–35.

Monika, Y. (2021). *Strategi Komunikasi Pariwisata Pemandian Alam Sejuk (Pas) Di Kabupaten Simalungun Sumatera Utara*. 1(November), 1–13.

Nabawi, M., & Erawan, E. (2018). *Peranan Komunikasi Persuasif dalam kearsipan dan Perpustakaan*. (3), 674–687.

Novianti, E., Endyana, C., Komunikasi, F. I., Padjadjaran, U., Raya, J., & Sumedang, B. (2020). *Komunikasi Persuasif dan Penerapannya di Daya Tarik Wisata Tebing Keraton Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran , Jl . Dipatiukur No . 35 Bandung Pendidikan Pariwisata , Universitas Pendidikan Indonesia , Jl . Dr . Setiabudhi No . 229 Bandung Persu*. 2(3), 43–47.

Nurliana, N. (2021). Komunikasi Persuasif Dinas Lingkungan Hidup Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Lingkungan Di Aceh Tengah. *An Nadwah*, 26(1), 22. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v26i1.9465>

Prakoso, L. (2021). *Deskriptif Kualitatif Methode*.

Pratama, P., Hutagalung, S. S., & Karmilsari, V. (2023). Upaya Pemerintah Dalam Pengembangan Pariwisata Lokal oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung. *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan dan Pelayanan Publik*, 5(3), 187–203. <https://doi.org/10.23960/administrativa.v5i3.249>

Prayoga, R., Syariah, S. A., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *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.

Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada Pt Prudential Syariah Cabang Binjai. 4(5), 1193–1205.

Putri, A., & Siswati, L. (2019). *The Pelalawan Royal Palace Architectural Design : Exploring the Environmental Values and Symbols in Riau Province* 7KH 3HODODZDQ 5R \ DO 3DODFH \$ UFKLWHFWXUDO ' HVLJQ ([SORULQJ WKH (QYLURQPHQWDO 9DOXHV DQG 6 \ PEROV LQ 5LDX 3URYLQFH. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/469/1/012028>

Putri, S. (2022). *Strategi Komunikasi Persuasif: Komunitas Bikers Subuhan Pangkalpinang dalam Mewujudkan Visi Organisasi. 2(2).*

Rahman, A. A., Malik, I., & Tirto, D. (2023). *Pendidikan bela negara relations Between Behavioral Intention and Persuasive Comunicatin towards the Desire to become reserve component in state defense education. 13, 30–45.*

Rahman, A. R., & Fajri, C. (2023). *Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui KEK Mandalika Lombok. 4(3), 142–154.*

Rahmawati, N. A., & Bachtiar, A. C. (2018). *Komunikasi Persuasif Sebagai Keterampilan Sosial Pustakawan Dalam Masyarakat. Al-Kuttab : Jurnal Perpustakaan dan Informasi, 5(1), 101.* <https://doi.org/10.24952/ktb.v5i1.829>

Rezkia. (2020). *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif.* Diambil dari <https://dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>

Ritonga, A. K. (2023). *Komunikasi Pokdarwis dalam Pengimplementasian Program Pengembangan Pariwisata pada Masyarakat Cirendeudeu Cimahi Jawa Barat. Jurnal Iqra': Kajian Ilmu Pendidikan, 8(2), 325–339.* <https://doi.org/10.25217/ji.v8i2.3377>

Salsabila, A., & Visual, D. K. (2023). *Penerapan Komunikasi Persuasif melalui desain poster. 3(1), 34–41.*

Santos, B., Prihatini, L., & Lavivi, siti hadi. (2021). *Teknik persuasi lobi dan negosiasi.*

Saputra, A. E. (2003). *Komunikasi persuasif 1000_guru Riau pada kegiatan Traveling and teaching untuk meningkatkan sadar pendidikan di daerah pedalaman Riau. 4(1), 1–13.*

Septiana, N. (2018). *Strategi komunikasi persuasif personal selling anggota payren dalam melakukan network marketing di Pekanbaru. Analytical Biochemistry, 11(1), 1–5.* Diambil dari <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002->



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.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024>
<https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103>
<http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>

Suni, M., & Badollahi, M. Z. (2019). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Kabupaten Barru, Sulawesi-Selatan. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 3(2), 109–119.

Syahfutra, A. D. I. (2020). Peran pemerintah daerah dalam pengembangan obyek wisata ista asayap di kabupaten pelalawan. 1(2), 1–15.

Langian, D. (2020). Buku Ajar Pengantar Pariwisata. *Buku Ajar Pengantar Pariwisata*, 43–43.

Lyas, S. P., Azzahra, N., Meilani Ifada, B., & Fajarwati, N. K. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. Diambil dari <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>

Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian*, (October), 1–5. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990. (n.d.). Diambil dari peraturanpedia.id website: <https://peraturan.go.id/>

Wulandari, T., Nurdiarti, R. P., & Buana, U. M. (2020). Pola Komunikasi Persuasif Pabrik Gula Tasikmadu Dalam Membangun Kepercayaan Petani Tebu Di Wilayah Karanganyar *The Persuasive Communication Pattern of Tasikmadu Sugar Factory in Building Trust of Cane Farmers in The Karanganyar Area*. 1(2), 88–107.

Yasya, D. R. & W. (2020). Komunikasi persuasif dalam penghimpunan dana zakat di lembaga amal zakat Darussalam kota wisata Cibubur. 4(1), 1–10.

Zain, N. L. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>

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 I**PEDOMAN WAWANCARA****Pertanyaan.****A. Strategi Psikodinamika**

1. Strategi komunikasi persuasif seperti apa yang dilakukan oleh dinas pariwisata agar wisatawan mau berkunjung ke istana sayap?
2. Bagaimana bentuk pesan yang diberikan kepada Masyarakat atau wisatawan?
3. Seberapa sering dinas pariwisata kabupaten pelalawan melakukan Upaya persuasif kepada Masyarakat?
4. Apakah ada aturan dinas pariwisata dengan kelompok sadar wisata untuk mendorong Masyarakat berkunjung ke istana sayap?
5. Bagaimana dinas pariwisata kabupaten pelalawan membangun kepercayaan Masyarakat atau wisatawan agar mau berkunjung ke istana sayap?

B. Strategi Sosiokultural

1. Bagaimana Dinas Pariwisata menggunakan strategi sosiokultural untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap?
2. Apa saja fasilitas yang ada di istana sayap dan bagaimana mengembangkan fasilitas yang ada tersebut?
3. Bagaimana Dinas Pariwisata memantau dan menyesuaikan strategi sosiokulturalnya dengan perubahan sosial budaya masyarakat di sekitar Istana Sayap dan edukasi yang diberikan dinas pariwisata kepada Masyarakat khususnya wisatawan yang ingin berkunjung?
4. Berapa besar peran promosi dan komunikasi dalam strategi sosiokultural Dinas Pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap?
5. Apakah Dinas Pariwisata telah melakukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, seperti masyarakat setempat dan organisasi lokal, dalam mengembangkan strategi sosiokultural untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap?

C. Strategi Kontruksi Makna

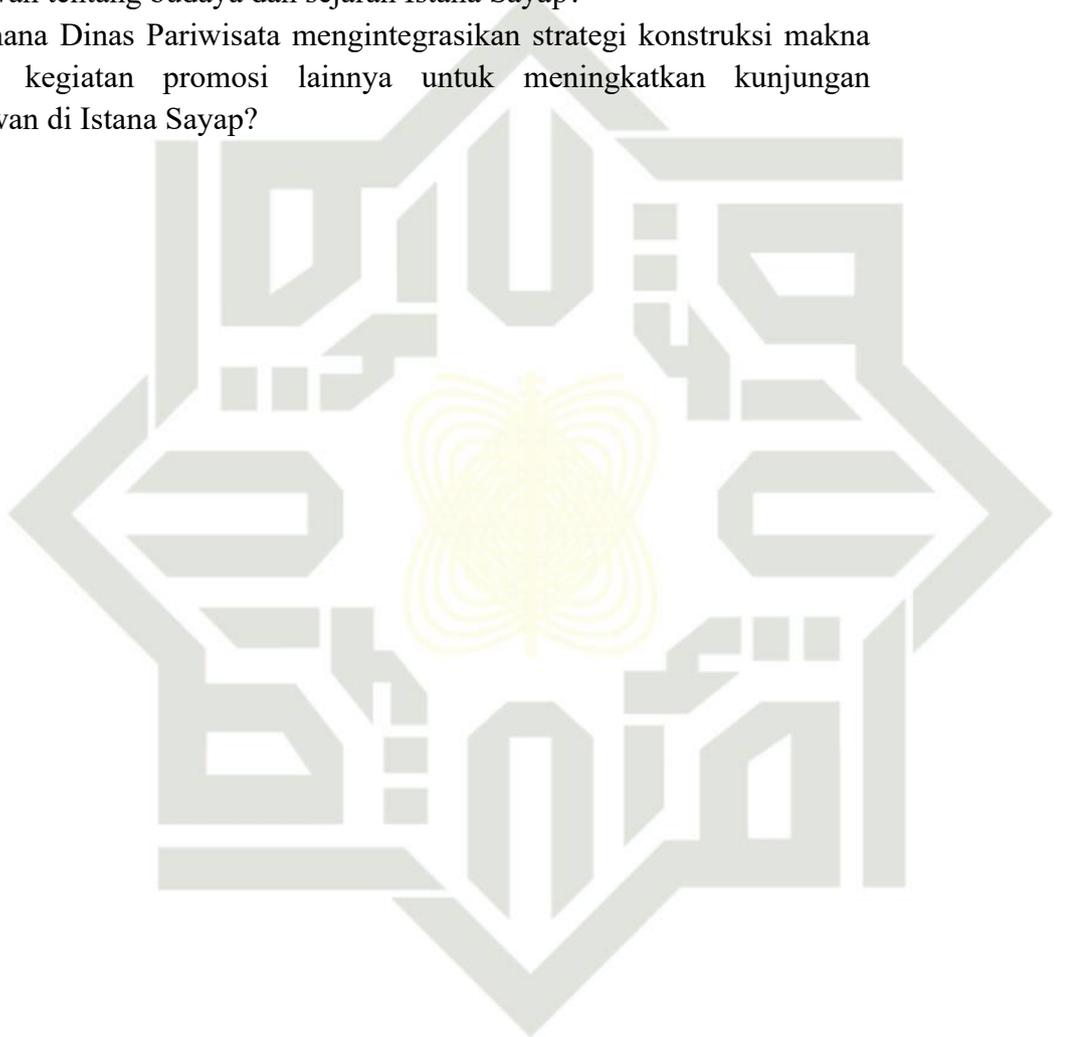
1. Bagaimana Dinas Pariwisata meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Istana Sayap sebagai destinasi wisata yang menarik?



2. Apakah strategi konstruksi makna yang digunakan Dinas Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap efektif?
3. Bagaimana Dinas Pariwisata memantau dan mengevaluasi dampak strategi konstruksi makna terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Istana Sayap?
4. Apakah Dinas Pariwisata memiliki cara untuk meningkatkan kesadaran wisatawan tentang budaya dan sejarah Istana Sayap?
5. Bagaimana Dinas Pariwisata mengintegrasikan strategi konstruksi makna dengan kegiatan promosi lainnya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap?

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.

LAMPIRAN II

DOKUMENTASI

Wawancara Bersama Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan



Wawancara Bersama Sekretaris Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Wawancara Bersama Kepala Bidang Sarana dan Prasarana Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan



Wawancara Bersama Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan



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.

ISTANA SAYAP



Sumber: Peneliti 2024

Bangunan Istana Sayap bagian utama, kiri dan kanan



Sumber: Peneliti, 2024

UIN SUSKA RIAU



Sumber: Peneliti, 2024

Singasana Raja Istana Sayap



Sumber: Peneliti, 2024

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.

Foto Istana Sayap saat terjadi banjir



Sumber: Peneliti, 2024

Ruang makan Raja di Istana sayap



Sumber: Peneliti, 2024

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Barang-barang peninggalan Kerajaan Istana Sayap

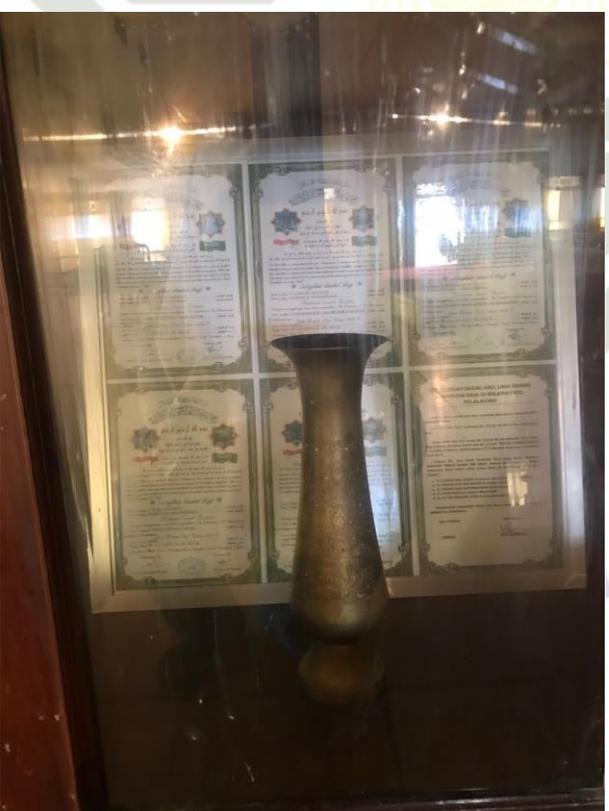


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

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.



© 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.





© 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.

© 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.



Sumber: Peneliti, 2024

Mahkota Raja Istana Sayap



© 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.



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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Ria



Sumber: peneliti, 2024

Kunjungan Mahasiswa di Istana Sayap



Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

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.

Tradisi Mandi balimau sultan Bersama bupati Pelalawan dan Masyarakat di Istana Sayap





Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

Ziarah Makam Raja di Istana Sayap



Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

© 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.

BIOGRAFI PENULIS



YOGI AAN PRADIKA, lahir di Tanjung Air Hitam pada tanggal 18 September 2001. Anak kedua dari 3 bersaudara pasangan Ayahanda tercinta Sawardi dan Ibunda tercinta Dasmawati. Pendidikan formal yang ditempuh penulis di SDN 007 Tanjung Air Hitam Kecamatan Kerumutan kabupaten Pelalawan, lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Pangkalan Kuras Dan lulus pada tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Pangkalan kuras Dan lulus pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2020, penulis melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan diterima di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan S1 Ilmu Komunikasi lulus Lewat Jalur PBUD. Dalam masa perkuliahan penulis melaksanakan KKN di Desa Sotol kecamatan Langgam kabupaten Pelalawan. Kemudian penulis melaksanakan PKL di Ashiil TV. Setelah KKN dan PKL penulis melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Pada Tanggal 07 Juni 2024 penulis berhasil menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) dan lulus serta dapat menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Dengan judul **“Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Istana Sayap”**

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.