

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



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

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

OLEH :

RIZKI WAHYUDI

NIM. 11743101162

UIN SUSKA RIAU

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

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.



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 : Rizki Wahyudi
 NIM : 11743101162
 Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan Di Objek Wisata Sungai Gelombang Desa Sipunguk

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

Hari : Jumat
 Tanggal : 28 Juni 2024

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



Pekanbaru, 28 juni 2024

Dekan,

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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Artis, S.Ag, M.I.Kom
 NIP.196806072007011047

Penguji III,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom
 NIP.198605262023211013

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom
 NIP.197604162023211009

Penguji IV,

Rohayati, S.Sos, M.I.Kom
 NIP.198808012020122018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

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

Nama : Rizki Wahyudi
NIM : 11743101162
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar
Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan Di Objek Wisata Sungai
Gelombang Desa Sipungguk

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 Januari 2023

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, 24 Januari 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Assviri Abdullah, M.I.Kom
NIK.130 417 023

Penguji II,


Rusyda Fauzana, M.Si
NIP.19840504 201903 2 011

Pekanbaru, 19 Juni 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 : Rizki Wahyudi
NIM : 11743101162
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan Di Objek Wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk

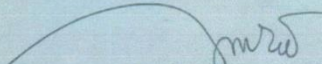
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

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.

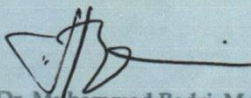
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


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

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





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

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG WISATAWAN DI OBJEK WISATA SUNGAI GELOMBANG DESA SIPUNGGUK

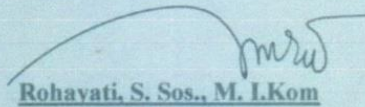
Disusun Oleh :

RIZKI WAHYUDI

11743101162

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 19 Juni 2024

Pembimbing,



Rohayati, S. Sos., M. I.Kom

NIP. 19880801 202012 2 018

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.



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Wahyudi
Nim : 11743101162
Tempat/Tanggal Lahir : Ganting, 27 Februari 1999
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten
Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata
Sungai Gelombang Desa Sipungguk

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *footnote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 19 Juni 2024

Yang membuat pernyataan:



Rizki Wahyudi
NIM. 11743101162

UIN SUSKA RIAU

ABSTRAK

Nama : Rizki Wahyudi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata Sungai Gelombang desa Sipungguk

Sektor pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat, industri pariwisata juga menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data pada penelitian strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengunjung wisatawan di objek wisata sungai gelombang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata Sungai Gelombang desa Sipungguk. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dinas pariwisata melaksanakan strategi komunikasi untuk meningkatkan pengunjung di objek wisata sungai gelombang seperti akan membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS), melakukan kerja sama dengan para selebgram atau pun konten creator untuk mempromosikan objek wisata sungai gelombang desa sipungguk di dunia digital dan melakukan penataan yang bagus di objek wisata sungai gelombang demi kenyamanan para pengunjung.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Sungai gelombang, Pengunjung

ABSTRACT

Name : Rizki Wahyudi
Study Program : Communication Science
Title : **Communication Strategy of the Kampar Regency Tourism and Culture Office in Increasing Tourist Visitors at the Wave River Tourist Attraction in Sipungguk village**

The tourism sector has a very important role in the economic development of the community. the tourism industry also creates jobs for local communities This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques such as observation, interviews, and documentation as one way to collect data on the research on the communication strategy of the Kampar district tourism and culture office in increasing tourist visitors at the Wave River tourist attraction. The purpose of this study is to find out how the Communication Strategy of the Kampar Regency Tourism and Culture Office in Increasing Tourist Visitors at the Wave River Tourist Attraction in Sipungguk village. The results of this study show that the tourism office implement a communication strategy to increase visitors at tourist attractions in the wave river, such as forming a tourism awareness group (POKDARWIS), collaborating with celebrities or content creators to promote the Sipungguk Village Wave River tourist attraction in the digital world and doing a good arrangement at the Wave River tourist attraction for the comfort of visitors.

Keywords : **Communication Strategy, Tourism and Culture Office, Waves, Visitors**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata Sungai Gelombang desa Sipungguk”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan Nabi Muhammad Saw, atas jasa beliau lah yang telah membawa perubahan dari zaman kebodohan ke zaman ilmu pengetahuan, dan telah berkorban harta dan jiwa demi kejayaan Islam sehingga dapat kita rasakan seperti sekarang ini. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebaik-baiknya, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik beserta saran dari semua pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Di dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan setinggi tingginya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku wakil Dekan 1 (satu), Toni Hartono, S.Ag, M.Si selaku wakil Dekan II (dua), dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku wakil Dekan III (tiga)
4. Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Dosen Penasehat Akademik (PA) Dewi Sukartik, S.Sos.,M.Sc yang telah mengarahkan penulis serta motivasi yang luar biasa dan support kepada penulis.
6. Dosen Pembimbing Rohayati, M.IKom yang telah sabar mengoreksi dan selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen serta pegawai Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat.
8. Buat Kedua orang tua ayah Saurapi (alm) dan ibu Yusmulyana yang senantiasa mencurahkan kasih sayang demi kemajuan saya, serta mendukung saya dan memfasilitasi semua aktifitas perkuliahan dan dengan do'anya mereka pula saya bisa sukses. Semoga amal kebaikan mereka mendapat balasan dari Allah SWT. Dan penulis memohon maaf atas kesalahan yang dilakukan baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

Penulis berharap semua pertolongan dan bantuan yang sudah diberikan kepada penulis bisa menjadi amal shaleh disisi Allah SWT, Amin. Harapan penulis semoga penelitian ini bermanfaat bagi Instansi yang terkait serta pembaca pada umumnya.

Pekanbaru, 6 Juni 2024

UIN SUSKA RIAU

Rizki Wahyudi

NIM : 11743101162



DAFTAR ISI

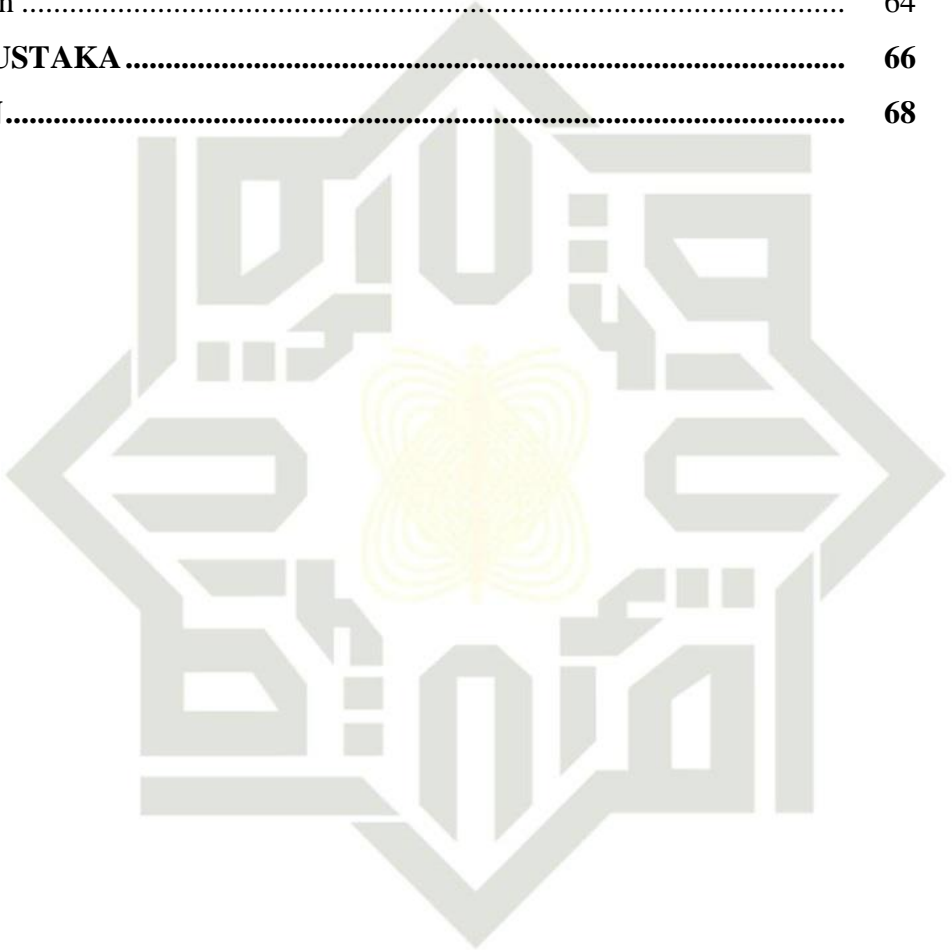
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTARGAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah.....	3
1.3 Permasalahan	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.3 Konsep Operasional	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3 Sumber Data Penelitian.....	28
3.4 Informan Penelitian.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Validasi Data.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
4.1 Gambaran umum kabupaten Kampar	33
4.2 Gambaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar	36

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

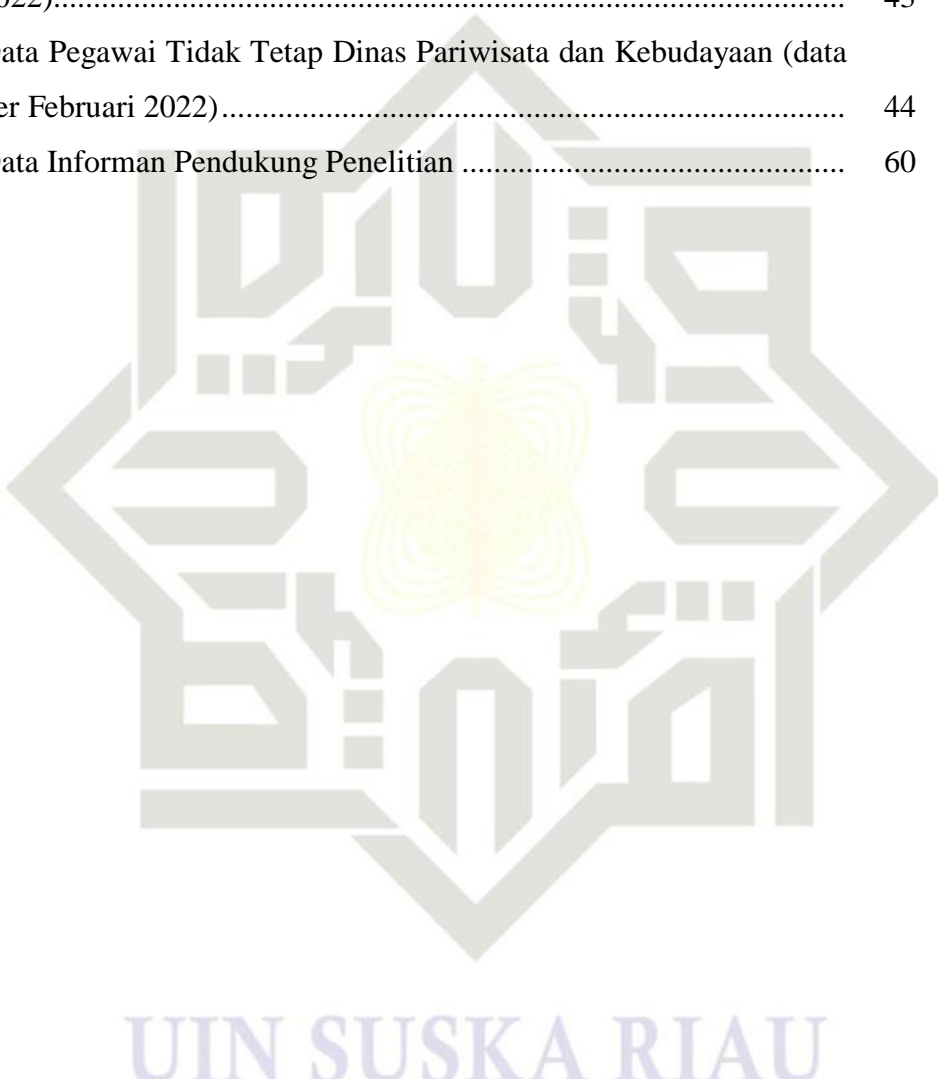
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Hasil Penelitian	45
5.2 Pembahasan.....	58
BAB VI PENUTUP	64
4.1 Kesimpulan	64
4.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

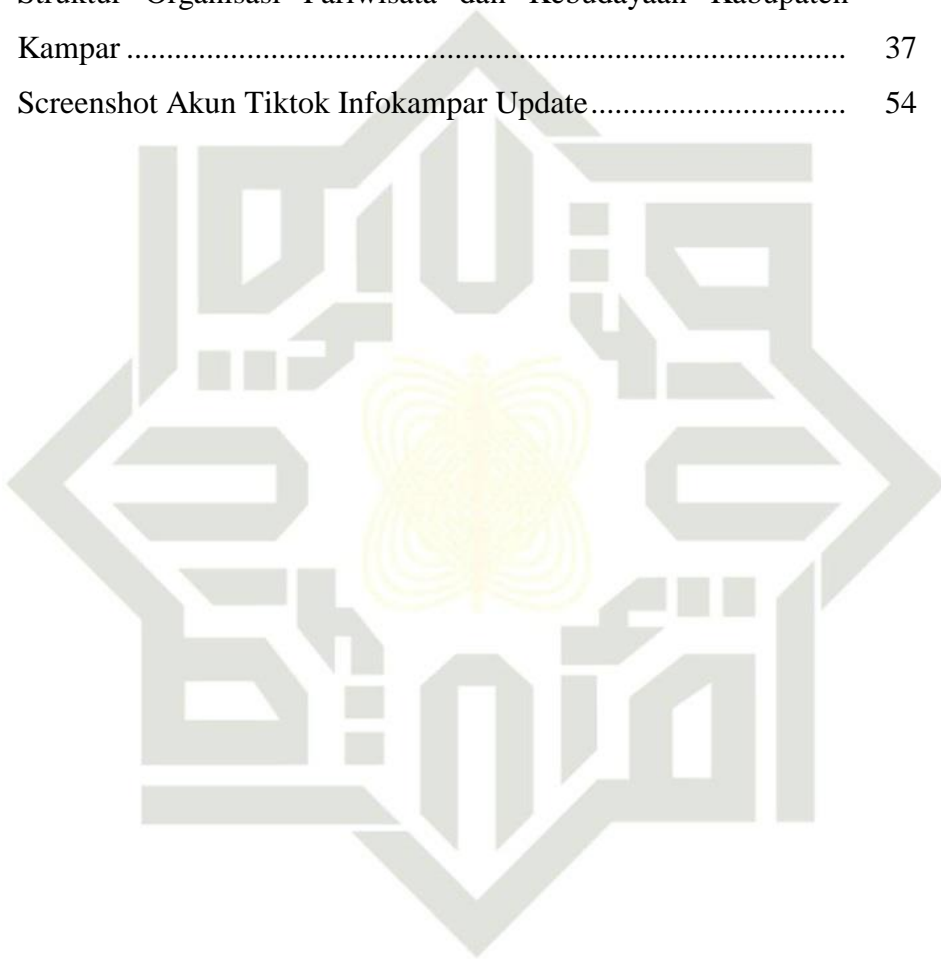
Tabel 3.1	Data Informan Penelitian	29
Tabel 4.1	Data Jumlah Pegawai ASN dan UPT Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Berdasarkan Pangkat dan Golongan.(data per Februari 2022).....	43
Tabel 4.2	Data Pegawai Tidak Tetap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (data per Februari 2022).....	44
Tabel 5.2	Data Informan Pendukung Penelitian	60



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1	Peta Kabupaten Kampar	33
Gambar 4.2	Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar	36
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar	37
Gambar 5.1	Screenshot Akun Tiktok Infokampar Update	54



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, salah satu industri yang perlu didukung untuk pengembangannya adalah pariwisata. Sebagai penyumbang PAD dan potensi penggerak pertumbuhan ekonomi, industri pariwisata berdampak pada laju pertumbuhan daerah. Selain itu, ekspansi ekonomi dan pariwisata dapat meningkatkan standar hidup, menyediakan lapangan kerja, dan mendorong pembangunan daerah. Mengingat kenyataan ini, pertumbuhan dan perencanaan terkait pariwisata harus dipikirkan dan dipromosikan dengan tepat agar berhasil secara ekonomi dan sosial dan untuk bersaing dengan negara-negara berkembang.¹

Salah satu kabupaten di Provinsi Riau Indonesia adalah Kampar. Di Provinsi Riau, Kabupaten Kampar yang beribukota Bangkinang juga disebut sebagai Serambi Mekkah selain sebutan Bumi Sarimadu. Terkait pariwisata kabupaten Kampar, Candi Muara Takus, sebuah situs purbakala yang terletak di Kabupaten Kampar yang diklaim sudah ada sejak zaman Sriwijaya, merupakan situs ziarah Buddhis yang populer selain sebagai kawasan cagar budaya. Kuil Muara Takus terletak di desa Muara Takus di distrik XIII Koto Kampar. Selain itu, penduduk Kampar yang beragama Islam masih mempertahankan adat Balimau Bakasai, atau mandi dan membersihkan diri di Sungai Kampar, terutama saat bulan Ramadhan akan segera dimulai. Selain itu, ada tradisi ikan Ma'awuo, yaitu kebiasaan mengumpulkan orang untuk menangkap ikan (ikan terlarang) setahun sekali, khususnya di kawasan Danau Bokuok (Kecamatan Tambang) dan Sungai Subayang di Desa Domo (Kampar Kiri Hulu)².

¹ Bonawati Mahardika dan Elok Perwirawati, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Melestarikan Festival Dunga dan Buah di Kabupaten Karo*, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No. 1, 2020, 8.

² Putri Almayani, *Strategi Komunikasi Dinas dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar*, Jurnal Ilmiah Dan Ilmu Komunikasi, 2020, 1.

Selain lokasi lokasi tersebut, Kabupaten Kampar masih memiliki banyak destinasi wisata, baik yang sudah ada sejak lama ataupun yang baru dibuka menjadi destinasi wisata, salah satunya adalah Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Di sisi jalan menuju pulau masjid di Desa Sipungguk, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar, Riau, wisatawan dapat menemukan sungai ini. Sungai ini diberi nama "Sungai Gelombang" karena kedalaman maksimumnya tidak sampai 50 sentimeter. Karena relatif dangkal dan bagus untuk bermain, Sungai Gelombang yang merupakan cabang dari Sungai Kampar ini sering dijadikan tujuan liburan keluarga. Wisatawan dapat bersantai di gubuk-gubuk yang terbuat dari kayu yang dibangun kokoh sekitar 200 meter di sepanjang tepi sungai. Wisatawan dari berbagai tempat, baik dari kabupaten dan kota sekitar Riau maupun wisatawan dari luar provinsi, sering melakukan perjalanan ke destinasi wisata yang relatif baru ini³.

Berdasarkan riset awal yang peneliti lakukan diketahui bahwa saat ini yang menjadi salah satu masalah pada objek wisata sungai gelombang adalah terletak pada perlunya pembenahan secara terpadu antara masyarakat setempat dengan pemerintah, yakni peningkatan pengunjung pada objek wisata tersebut. Dalam hal ini objek wisata sungai gelombang dikelola oleh manajemen dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar itu sendiri. Dalam Objek Wisata Sungai Gelombang ini, pengunjung sangat ramai apalagi di hari libur. Sedangkan objek wisata sugai gelombang ini bisa dikatakan objek wisata yang terlalu bagus dan parker yang terlalu mahal sehingga banyak membuat pengunjung mengeluh akan hal ini. Ini menjadi salah satu masalah yang terdapat pada Objek Wisata Sungai Gelombang Kabupaten Kampar. Hingga saat ini diketahui jumlah pengunjung sungai gelombang sebanyak 4 ribu orang pada tahun 2020, 7 ribu orang pada tahun 2021, dan 5 ribu orang pada tahun 2022.⁴

Keberhasilan pembangunan dan upaya peningkatan kualitas pariwisata bergantung pada efektivitas kegiatan pemasaran, maka diperlukan publikasi

³ *Ibid*

⁴ Zikril Antoni, Manajemen Pengembangan Objek Wisata Sungai Gelombang Di Desa Sipungguk Menurut Ekonomi Syariah, Skripsi Uin Suska Riau, 2022,6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dan dukungan pemasaran di tingkat lokal, nasional, dan internasional untuk pengembangan daya tarik wisata. Selain itu, pusat informasi wisata diperlukan. Keberhasilan hal tersebut bergantung seberapa serius pemerintah daerah terhadap kesadaran masyarakat dan pemasaran produk pariwisata, keseriusan tersebut dimulai dari perencanaan, pengembangan, dan pengendalian destinasi itu sendiri. Dalam penelitian ini, pemerintah daerah yang dimaksud adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti serta penjelasan di atas, peneliti merasa bahwa sangat penting untuk mengetahui bagaimana atau seperti apa strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam memasarkan atau mempromosikan destinasi wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Urgensi dari penelitian ini tidak lain untuk menggali informasi bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mendorong perkembangan dari destinasi wisata tersebut, terlebih di masa pasca Pandemi Covid19.

Didasari oleh seluruh alasan di atas, maka peneliti memutuskan untuk mengadakan sebuah penelitian mendalam yang membahas tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk”**.

2. Penegasan Istilah

Dalam rangka untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap pengertian dari judul penelitian ini, peneliti telah memberikan penegasan istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini:

1. Strategi Komunikasi

Persiapan dalam mengkomunikasikan pesan melalui berbagai bentuk, seperti frekuensi komunikasi, formalitas, substansi, dan saluran, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan mudah diterima dan dapat mempengaruhi sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Dinas Pariwisata
Cabang pelaksana teknis pemerintahan daerah yang tugas pokoknya mendukung Kepala Daerah dalam bidang pariwisata. Dalam hal ini, daerah Kabupaten Kampar.
3. Wisatawan
Seseorang yang bepergian dari rumahnya ke suatu tujuan dalam rangka menikmati perjalanannya tersebut.
4. Sungai Gelombang Desa Sipungguk
Salah satu destinasi wisata air/sungai yang terletak di Desa Sipungguk, Kecamatan Salo, Kabupaten Kampar.

1.3 Permasalahan

1.3.1 Identifikasi Masalah

Sungai Gelombang Desa Sipungguk merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Kampar dan destinasi wisata ini merupakan salah satu pembangkit ekonomi masyarakat Desa Sipungguk. Melihat fakta tersebut sangat penting bagi pemerintah daerah untuk dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki destinasi tersebut. Strategi komunikasi yang tepat sangat diperlukan untuk mengangkat atau mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh suatu tempat. Dalam konteks komunikasi, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang digunakan untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi agar melakukan tindakan yang menghasilkan pertukaran. Karena promosi melibatkan upaya untuk mengkomunikasikan potensi pariwisata kepada khalayak sasaran, maka promosi memainkan peran penting dalam pengembangan industri pariwisata. Berdasarkan fakta tersebut, strategi komunikasi memiliki urgensi yang tinggi untuk dikaji secara mendalam. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata/wisatawan destinasi wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1.3.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ialah strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk.

1.3.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah pada penelitian ini maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait strategi komunikasi yang digunakan serta dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap pelaksanaan terkait strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar untuk meningkatkan jumlah wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk.
3. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran bagi ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi untuk meningkatkan jumlah wisatawan pada suatu destinasi wisata.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, peneliti mengatur penulisan dengan sebuah sistematika agar hasil penelitian ini dapat disajikan secara terstruktur dan kedepannya dapat menyajikan informasi secara jelas dan mudah dicerna. Sistematika penulisan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang yang menjadi dasar peneliti dalam memutuskan melakukan penelitian. Dimana hal tersebut disajikan dalam beberapa sub-bab: Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Permasalahan, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori, penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

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

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi mengenai gambaran umum lokasi penelitian dilakukan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Untuk tujuan melaksanakan teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian ini, penelitian sebelumnya telah menjadi salah satu sumber utama penulis saat melakukan penelitian. Peneliti mengutip beberapa penelitian yang memiliki pembahasan sejenis. Berikut ini adalah beberapa studi jurnal yang terkait dengan penelitian ini:

1. Skripsi yang dilakukan oleh Putri Almayani pada tahun 2020 dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar.”** Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan pengunjung wisata Candi Muara Takus dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melalui bidang pemasaran dan kelompok sadar wisata. Ada pun strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengunjung wisata candi muara takus dengan melakukan strategi pesan berupa kata-kata dan gambar. Serta dalam menyebarkan informasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar memanfaatkan dan menggunakan media massa dan nirmassa. Media masa seperti : media elektronik dan media sosial, sedangkan nirmassa seperti media cetak.⁵
2. Skripsi yang dilakukan oleh Erwanda Selviana pada tahun 2019 dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019”**. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tahapan atau langkah-langkah strategi komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo sudah sesuai dengan

⁵ Putri Almayani, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar*, Skripsi UIN SUSKA RIAU, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teori strategi komunikasi yang dipaparkan peneliti, yakni: (1) memilih dan menetapkan komunikator, (2) menetapkan target sasaran, (3) menyusun pesan, (4) memilih media atau saluran komunikasi, (5) produksi media, (6) penyebarluasan media komunikasi, (7) penetapan rencana anggaran, (8) penyusunan jadwal kegiatan, (9) penetapan tim kerja, dan (10) evaluasi. Tidak ditemukan hambatan dalam proses komunikasi. Sementara itu, ditemukan pendukung komunikasi yakni adanya media pengantar yang digunakan antara lain adalah media konvensional yakni radio, media luar ruang yakni baliho dan iklan mobil, serta media baru (internet) yakni internet media sosial facebook, instagram, dan youtube.⁶

3. Skripsi yang dilakukan oleh Muthia Misdrinaya pada tahun 2017 dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Kota Makassar”**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Faktor peningkatan dan penurunan dalam melakukan pemasaran pariwisata ada dua, pertama faktor peningkatan, yaitu Makassar sudah dikenal luas oleh masyarakat, objek-objek wisata yang menarik untuk dikunjungi serta *event-event* yang diselenggarakan di Kota Makassar, kedua faktor penurunan, yaitu adanya isu sara, demo yang membuat kemacetan, bencana alam, gangguan pada saat penerbangan serta *double flight*. (2) Strategi komunikasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara di Kota Makassar yaitu dengan melakukan berbagai bentuk komunikasi pemasaran seperti melalui *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan tatap muka) dan *direct marketing* (pemasaran langsung).⁷

⁶ Erwanda Selviana, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019*, Skripsi Iain Ponorogo, 2019

⁷ Muthia Misdrinaya, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Kota Makassar*, Skripsi UIN Alauddin Makassar, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jurnal yang dilakukan oleh Alfi Sahrin pada tahun 2022 dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon.”** Hasil yang diperoleh dalam temuan ini adalah bahwa strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon adalah dengan orinetasi promosi melalui mass media (media massa) baik elektronik, media cetak, media digital ia media sosial.⁸
5. Jurnal yang dilakukan oleh Rahmadya Helsi Putri dan Ria Edlina pada tahun 2022 dengan judul **“Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Di Masa New Normal Melalui Media Youtube.”** Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 tahapan menggunakan youtube sehingga dapat dipergunakan hingga mengalami kendala dan dipergunakan secara berkelanjutan, yakni : 1. Tahap Kemunculan (*Emergence*) dibentuknya youtube dikarenakan lomba dari Kemendagri, 2.Tahap Penggabungan (*Coalescence*) penggabungan penggunaan media youtube dengan media lainya seperti instagram dan facebook, 3.Tahap Formalisasi (*Bureaucratization*) terjadwalnya postingan pada media youtube seperti 3 kali 1 minggu, 4.Tahap Hasil Atau Penurunan (*Decline*) tidak adanya anggaran khusus untuk pengoperasian akun youtube Dinas Parawisata. Strategi komunikasi yang dilakukan yaitu membentuk tim khusus pengelola media-media agar berjalan dengan efektif, serta gencar mengupload video-video guna meningkatkan perhatian dan ketertarikan wisatawan dalam youtube juga terdapat deskripsi objek yang sedang ditayangkan.⁹
6. Jurnal yang dilakukan oleh Angel Purwanti pada tahun 2015 dengan judul **“Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Kegiatan Visit Batam 2010.”**

⁸ Alfi Sahrin, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon*, Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, Vol. 6, No.1, 2022

⁹ Rahmadya Helsi Putri Dan Ria Edlina, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Di Masa New Normal Melalui Media Youtube*, Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya, Vol. 01, No.02, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian adalah Peningkatan Objek Wisata sebagai strategi komunikasi dalam kegiatan Visit Batam 2010 ini dilakukan dengan berbagai cara antara lain (1) Penataan dan peningkatan objek wisata Pantai Dendang Melayu di Jembatan Raja Ali Haji Fisabillah, (2) Peningkatan dan penataan objek wisata Pantai Melayu Pulau Rempang, (3) Peningkatan dan Penataan Objek wisata Pantai Melur Pulau Galang, (4)Pembangunan dan penataan Kios Pasar seni Kota Batam, (5) Pengembangan objek wisata Pulau Abang dan Sekitarnya. Penataan objek wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam tidak berkelanjutan, seperti halnya penataan pasar kios yang di lakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batam tidak jalan.¹⁰

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya adalah penelitian ini mengkaji secara lebih spesifik mengenai strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah pengunjung berdasarkan pada hal-hal yang harus diperbaharu. Dengan kata lain, penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian yang mampu menyempurnakan penelitian-penelitian yang sebelumnya pernah ada.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan sebuah konsep yang mengarah pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya suatu tujuan. Kata “Strategi” berasal dari akar kata Yunani *stratagos* yang secara harfiah berarti “seni umum” dan berubah menjadi kata sifat *strategia* yang

¹⁰ Angel Purwanti, *Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Kegiatan Visit Batam 2010*, Jurnal Komunikasi Universitas Sumatera Utara, Vol. IX, No. 02, 2015



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

berarti “keahlian militer” yang belakangan ini diadaptasi lagi ke dalam lingkungan bisnis modern.¹¹

Strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi.¹²

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan atau planning atau manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya.¹³

Menurut Barelson dan Steiner, komunikasi adalah penyampaian ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol, kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain.¹⁴

Menurut Harold Laswell dalam mulyana bahwa komunikasi merupakan proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana ? paradigm ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan oleh laswell yakni :

- a. Komunikator (communicator, source, sender)
- b. Pesan (message)
- c. Media (Channel)
- d. Komunikan (Communicant, Communicatee, receiver, recipient)
- e. Efek (effect)

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna, sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun

¹¹ Alo, Liliweri. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencana, 2011). hlm.18

¹² Freed R David. *Managemen Strategi dan Konsep*. (Jakarta: Perhalindo, 2000). hlm.3

¹³ Winardi. *Strategi Pemasaran*. (Bandung: Mandar Maju, 1989). hal. 46

¹⁴ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, atau perilaku.¹⁵

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda tergantung pada situasi dan kondisi.¹⁶

Agar pesan yang disampaikan kepada sasaran (publik) menjadi efektif, Anwar Arifin menawarkan strategi-strategi komunikasi sebagai berikut :¹⁷

1) Mengetahui Khalayak

Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengetahui khalayak menjadi sangat penting.

Mengetahui khalayak adalah langkah pertama untuk menentukan strategi komunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tak mungkin berlangsung. Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan referensi komunikan secara tepat dan seksama yang meliputi: kondisi kepribadian dan fisik komunikan pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma yang ada situasi dimana komunikan itu berada.

2) Menyusun pesan

Yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Awal efektifitas dalam komunikasi ialah

¹⁵ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008). hlm.60

¹⁶ *Ibid*, hlm 29

¹⁷ Anwar Arifin, *Strategy Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas* (Bandung: Armico, 1998), hlm 50.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

bangkitnya perhatian dari khlayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Individu dalam saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh bantak pesan dari berbagai sumber, tetapi tidaklah semua rangsangan itu dapat mempengaruhi komunikasi, justru karena tidak semuanya dapat diproses menjadi pengaruh bagi komunikasi. Sesuatu yang bisa menyebabkan pengaruh haruslah lebih dulu melalui pintu perhatian, setelah melewati panca indra dan melalui pengamatan. Perhatian ialah pengalaman yang terpusat. Karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian.

3) Menetapkan metode

Dalam hal ini metode penyampaian, yang dapat dilihat dari dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif. Metode *redundancy* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak.

Metode *canalizing* adalah mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan merubah sikap dan pola pemikirannya kearah yang kita kehendaki. Metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk, dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

Metode edukatif, memberikan suatu *idea* kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan sengaja, teratur, dan berencana, dengan tujuan merubah tingkah laku manusia kearah yang diinginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berfikir untuk menerima gagasan yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, intimidasi, dan biasanya dibelakangnya berdiri kekuatan tangguh.

4) Seleksi Media

Sebelum suatu pesan atau informasi-informasi program lembaga sampaikan kepada masyarakat perlu dipertimbangkan tentang penggunaan media atau saluran yang paling efektif. Didalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa, jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja dan lokasinya dapat dijangkau saja digunakan komunikasi langsung. Termasuk jika sasarannya internal publik bisa digunakan pertemuan-pertemuan.

Jika sasarannya banyak orang dan tersebar dimana-mana, maka salurannya yang sesuai adalah media massa. Kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing *medium* mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat.

2.2.2 Komunikasi Pemasaran

Salah satu kegiatan pemasaran adalah komunikasi pemasaran, yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan atau produk sehingga mereka cenderung menerima, membeli, dan mengabdikan diri pada barang yang disediakan oleh produsen¹⁸. Pada intinya, tidak semua konsumen mengetahui hal-hal yang dapat memuaskan kebutuhan mereka atau tidak tahu bagaimana cara memuaskannya. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi dengan tujuan menyebarkan informasi kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan berbagai media dan saluran dalam mengantisipasi tiga tahap

¹⁸ Soemanagara. 2008. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Penerapannya*. Bandung: Alfabeta, hlm 4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan¹⁹. Kotler dan Keller memberikan definisi yang berbeda tentang komunikasi pemasaran, yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan atau lembaga untuk secara langsung ataupun tidak langsung mendidik, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek yang mereka jual²⁰.

Konsumen dimaksudkan untuk melihat tiga tahap perubahan sebagai akibat dari komunikasi pemasaran. Tahap pertama komunikasi strategi pemasaran yang harus dilakukan adalah tahap mengubah pengetahuan (knowledge), di mana konsumen diubah untuk mengetahui bahwa produk itu ada, untuk apa diproduksi, dan untuk siapa. Komunikasi pemasaran membawa tiga tahap yang diarahkan pada konsumen: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan perilaku. Informasi yang dikomunikasikan tentang produk pada tingkat perubahan pengetahuan (*knowledge change*) dimulai dengan merek, fungsi dan kegunaan²¹, kemasan, dan statistik konsumsi produk. Namun secara sederhana tujuan dari komunikasi pemasaran adalah:

- 1) Membangkitkan keinginan akan suatu kategori produk
- 2) Brand Awareness
- 3) Intention
- 4) Memfasilitasi Pembelian

Strategi komunikasi pemasaran memanfaatkan komponen-komponen komunikasi bauran pemasaran²². Menurut *Four As (The American Association of Advertising Agency)*, bauran komunikasi pemasaran, atau yang lebih umum dikenal sebagai komunikasi pemasaran terpadu (IMC), adalah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah dari

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta. Hlm 172.

²¹ Soemanagara. 2008. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfa Bet, hlm 62.

²² Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Penerbitustaka Pelajar. Hlm 30.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

rencana menyeluruh yang mengkaji peran strategis. dari setiap bentuk komunikasi, seperti periklanan, pemasaran langsung, promosi, dan hubungan masyarakat, dan menggabungkannya untuk komunikasi, konsistensi, dan efektivitas yang maksimal²³. Bentuk komunikasi pemasaran memiliki karakteristik yang meliputi:

1) Iklan

Citra produk jangka panjang dapat dikembangkan dengan bantuan iklan. Periklanan didefinisikan sebagai pesan yang mempromosikan produk melalui media kepada masyarakat umum. Periklanan lebih berfokus untuk membuat konsumen melakukan pembelian. Secara umum, iklan dapat dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan tujuan spesifiknya, yaitu memberikan informasi, membujuk atau mengingatkan²⁴.

2) Promosi Penjualan

Inisiatif pemasaran yang menawarkan nilai atau insentif bagi tenaga penjualan, distributor, atau pelanggan dikenal sebagai promosi penjualan, dan dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan. Promosi penjualan secara umum dapat digambarkan sebagai metode persuasi langsung yang menggunakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong pelanggan atau pebisnis agar segera melakukan pembelian produk atau memperoleh lebih banyak barang secara keseluruhan²⁵.

3) Acara dan Pengalaman

Acara dan pengalaman adalah program dan kegiatan yang dibuat untuk mendorong pertemuan atau interaksi reguler dengan merek tertentu. Merek dapat memperoleh lima jenis pengalaman yang berbeda, menurut Schmitt: indera, perasaan, pikiran, tindakan, dan asosiasi. Sebagian besar pemasaran lokal dan akar rumput dilakukan oleh promotor berpengalaman, yang mengintegrasikan produk atau

²³ *Ibid*

²⁴ *Ibid*

²⁵ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

layanan dengan pengalaman yang menarik dan menarik sekaligus mengomunikasikan fitur dan manfaat²⁶.

4) *Public Relations* dan Publisitas

Publisitas, atau tindakan menempatkan berita tentang seseorang, organisasi, atau bisnis di media, adalah metode yang sering digunakan dalam hubungan masyarakat atau inisiatif hubungan masyarakat. Publisitas adalah jenis komunikasi nonpersonal yang disampaikan oleh perantara media massa dan berbentuk berita (news story form), yang mungkin mengenai organisasi tertentu atau produknya²⁷.

5) *Direct Marketing*

Perkembangan alat komunikasi dan transportasi memudahkan pembeli dan penjual untuk berinteraksi dan berbisnis. *Direct marketing* lahir dari perkembangan ini. *Direct marketing*, adalah praktik menjangkau langsung konsumen untuk memasok barang dan jasa tanpa menggunakan perantara pemasaran. *Direct marketing* adalah bentuk pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau lebih bentuk media untuk menghasilkan reaksi dan transaksi yang terukur di mana-mana²⁸.

6) Pemasaran Mulut ke Mulut

Pertukaran verbal, tertulis, dan elektronik antara individu tentang manfaat atau pengalaman memperoleh atau memanfaatkan barang atau jasa disebut sebagai pemasaran dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran pribadi yang paling efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah iklan dari mulut ke mulut. Karena itu, promosi ini memuat rekomendasi dari anggota keluarga dekat, yang dipekerjakan sebagai sumber informasi terpercaya di tengah iklan yang membanjiri pelanggan²⁹.

²⁶ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta. Hlm 174.

²⁷ Muhammad, As'adi. 2009. *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 60.

²⁸ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Op. Cit, hlm 240.

²⁹ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

7) Penjualan Personal

Metode komunikasi langsung antara produsen dan pembeli potensial adalah penjualan personal. Tanggapan atau tanggapan dapat langsung didengar, diperhatikan, dan dibalas karena tatap muka dengan satu atau lebih calon pelanggan untuk tujuan memberikan presentasi, menanggapi pertanyaan, dan pengadaan pesanan. Oleh karena itu, penjualan personal bukanlah kegiatan yang sederhana. Seperti pengetahuan umum, perubahan kebiasaan adalah hal yang paling sulit dilakukan³⁰.

Untuk mencapai tujuan komunikasi sesuai dengan harapan yang dimaksudkan, kegiatan komunikasi pemasaran yang efektif memerlukan perencanaan yang tepat. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran perlu dipikirkan dengan matang. Pilihan rencana aksi menyeluruh untuk aktivitas organisasi dikenal sebagai strategi. Dalam praktik sebenarnya, strategi adalah alat untuk membangun keunggulan kompetitif. Ini juga dapat dilihat sebagai alat untuk memutuskan inisiatif organisasi jangka pendek dan jangka panjang.

Sangat penting untuk melakukan penilaian lingkungan untuk menganalisis pengaturan dan kondisi internal dan eksternal untuk menetapkan kebijakan dalam memutuskan langkah-langkah dalam proses komunikasi pemasaran sebelum memutuskan strategi komunikasi. Kajian lingkungan internal dan eksternal yang dapat menghasilkan kesimpulan analisis faktor internal dan kesimpulan analisis faktor eksternal merupakan ruang lingkup analisis strategi³¹. Daftar prioritas elemen lingkungan, baik internal maupun eksternal, dan dampaknya terhadap masa depan organisasi, yang selanjutnya akan mengubah hubungan internal organisasi, merupakan hasil analisis faktor internal dan eksternal. Analisis internal adalah penelitian yang dilakukan pada operasi internal perusahaan, seperti pendapatan, penjualan, kebahagiaan pelanggan, kualitas produk, strategi, dan alokasi sumber daya. Menelaah faktor-faktor eksternal seperti studi perilaku konsumen, segmentasi pasar,

³⁰ *Ibid*

³¹ Akdon. 2006. *Manajemen Strategik*. Bandung: ALFABETA. Hlm 112.



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.

target penjualan, dan posisi perusahaan di pasar semuanya termasuk dalam analisis faktor eksternal³².

2.2.3 Pariwisata

Pariwisata didefinisikan sebagai berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kepariwisataan yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah, menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang mengatur tentang kepariwisataan. Dalam arti luas, pariwisata adalah perjalanan sementara dari satu lokasi ke lokasi lain yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam upaya mencapai keserasian atau kebahagiaan dengan lingkungan dalam lingkungan sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan³³.

Kegiatan pariwisata memiliki ciri sebagai berikut:

- 1) Daerah asal dan daerah tujuan merupakan dua tempat yang saling berhubungan (tujuan).
- 2) Ada tempat - tempat wisata dan barang-barang di tempat.
- 3) Ada infrastruktur dan fasilitas pariwisata di destinasi.
- 4) Perjalanan dilakukan dalam kurun waktu yang sementara.
- 5) Terdapat dampak yang ditimbulkan, khususnya faktor sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan dari wilayah sasaran sangat terpengaruh.

Pariwisata dapat dibedakan tergantung pada mengapa wisatawan memilih untuk mengunjungi lokasi tertentu³⁴. Ada beberapa bentuk pariwisata³⁵:

- 1) Wisata Budaya

Perjalanan yang dilakukan dengan maksud untuk memperluas pandangan hidup seseorang melalui kunjungan ke lokasi yang berbeda

³² Soemanagara. 2008. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Penerapannya*. Bandung: Alfa Bet, hlm 11.

³³ Ambarawati, Anak Agung Ayu. 2011. *Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran'. Hlm 36.

³⁴ *Ibid*

³⁵ *Ibid*

atau ke luar negeri, mempelajari kondisi penduduk, adat istiadat mereka, cara hidup, budaya, dan seni.

2) Wisata Bahari

Jenis wisata ini sering dikaitkan dengan olahraga air di danau, pantai, teluk, atau laut, termasuk memancing, berlayar, scuba diving sambil menembak, kompetisi selancar, kompetisi dayung, melihat taman laut dengan pemandangan bawah air yang menakjubkan, dan beragam rekreasi perairan.

3) Wisata Cagar Alam

Wisata seperti ini biasanya direncanakan oleh calo atau biro perjalanan yang fokus pada pengaturan perjalanan ke lokasi atau wilayah di mana kelestarian kawasan tersebut dilindungi secara hukum, seperti cagar alam, taman lindung, kawasan hutan pegunungan, dan lain sebagainya. Mayoritas orang yang mengikuti wisata cagar alam ini adalah para pecinta dan penyuka alam yang senang berfoto-foto dengan satwa, satwa liar, dan pepohonan berbunga semarak yang dilindungi oleh pemerintah dan masyarakat umum.

4) Wisata Konvensi

Penyediaan fasilitas gedung dengan ruang pertemuan untuk peserta konferensi, musyawarah, konvensi, atau pertemuan lainnya, baik nasional maupun internasional, adalah berapa banyak negara yang sekarang mengembangkan pariwisata konvensi ini.

5) Wisata Pertanian

Jenis wisata ini adalah penyelenggaraan perjalanan yang dilakukan ke proyek pertanian, perkebunan, pembibitan, dan lokasi lain di mana pengunjung dapat melakukan kunjungan, menyelesaikan proyek terkait studi, serta hanya menikmati keindahan tanaman warna-warni di sekitarnya dan pembibitan yang penuh dengan berbagai jenis sayuran dan kacang-kacangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

6) Wisata Buru

Jenis ini biasanya dilakukan di negara-negara dengan hutan atau daerah lain di mana perburuan didorong oleh berbagai organisasi perjalanan atau broker perjalanan. Wisata berburu ini diatur sebagai safari berburu ke suatu wilayah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan sebagai tempat berburu gajah, singa, ziraf, dan hewan lainnya, seperti di beberapa negara Afrika.

7) Wisata Ziarah

Jenis pariwisata ini umumnya terkait dengan sejarah, budaya, adat istiadat, dan keyakinan agama individu atau kelompok sosial. Individu dan organisasi melakukan beberapa perjalanan ziarah ke tempat-tempat suci, bukit atau gunung yang dihormati, makam para pemimpin atau orang-orang hebat yang dihormati, dan tempat peristirahatan terakhir dari tokoh atau pemimpin legendaris. Wisata ziarah ini biasanya dikaitkan dengan tujuan atau keinginan wisatawan untuk mendapatkan berkah, kekuatan batin, keteguhan iman, dan terkadang juga untuk tujuan mendapatkan berkah dan rejeki yang berlimpah.

Pariwisata dapat dikaji dari segi motivasi dan tujuan perjalanan serta dilihat dari bentuk-bentuk perjalanan wisata³⁶:

- a) Pariwisata dikelompokkan ke dalam kategori berikut sesuai dengan wilayah geografis di mana kegiatan pariwisata berkembang: Pariwisata lokal adalah bagian dari pariwisata dengan fokus geografis yang lebih terbatas. Pariwisata daerah adalah jenis pariwisata yang berkembang di suatu wilayah tertentu. Ini mungkin lokal di tempat tertentu, serta nasional dan internasional. Pariwisata nasional (kadang-kadang dieja pariwisata nasional) adalah bentuk pariwisata yang tumbuh di tanah suatu negara dan mencakup penduduknya sendiri dan orang asing yang tinggal di sana. Pariwisata yang tumbuh di wilayah internasional yang kecil tetapi melintasi perbatasan lebih dari dua atau

³⁶ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tiga negara regional disebut sebagai pariwisata regional-internasional. Istilah "pariwisata internasional" mengacu pada industri pariwisata yang telah berkembang di seluruh dunia.

- b) Berdasarkan obyeknya ada beberapa jenis wisata. Wisatawan tertarik pada suatu destinasi atau daerah karena seni dan budayanya, yang disebut sebagai wisata budaya. Recuperational tourism adalah jenis pariwisata di mana wisatawan ditarik ke sana untuk pulih dari penyakit. Pariwisata komersial adalah bentuk perjalanan yang melibatkan perdagangan domestik dan internasional. Wisatawan yang berpartisipasi dalam pariwisata olahraga melakukannya dengan tujuan menghadiri acara olahraga lokal. Wisatawan yang dimotivasi oleh keinginan untuk melihat atau mengalami suatu peristiwa atau peristiwa yang berkaitan dengan tindakan suatu negara dikatakan terlibat dalam wisata politik. Suatu bentuk pariwisata yang dikenal sebagai pariwisata sosial tidak mengutamakan menghasilkan keuntungan dalam hal bagaimana hal itu dilakukan. Wisatawan yang dimotivasi oleh keinginan untuk melihat atau mengalami ritual keagamaan dikatakan terlibat dalam wisata religi.

2.2.4 Wisatawan

Setiap orang yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain sambil menikmati perjalanan dan kunjungan tersebut diatur dalam INPRES Nomor 9 Tahun 1969. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pengunjung adalah orang yang melakukan kegiatan kepariwisataan. Dari definisi yang diberikan di atas, dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah orang yang meninggalkan rumahnya untuk berkunjung dan bersenang-senang. Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan, wisatawan dapat diklarifikasikan sebagai berikut:

1. Bepergian warga negara asing yang sedang melancong dianggap turis internasional karena memasuki negara lain selain negaranya sendiri.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Tanah negara tempat mereka tinggal dapat diakses oleh pengunjung domestik, warga negara asing yang tinggal di sana sementara untuk bekerja, dan warga negara asing yang sedang berlibur.
3. Turis nasional adalah warga negara suatu bangsa yang tinggal di dalam batas-batas negara itu, tidak pernah meninggalkan mereka.
4. Wisatawan asing asli adalah warga negara dari negara lain yang kembali ke negaranya sendiri dan melakukan perjalanan di dalam wilayah negaranya sendiri dalam rangka bisnis atau liburan di sana.
5. Wisatawan transit, yaitu wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu, yang terpaksa berhenti dan singgah di suatu pelabuhan, bandara, stasiun dan bukan atas kemauan sendiri.
6. Wisatawan bisnis, orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis bukanlah pariwisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utama selesai

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasonal bertujuan untuk menghindari adanya kesalahpahaman istilah dan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian serta mampu menjelaskan permasalahan dalam penelitian yang dikaji. Permasalahan dalam penelitian yakni terkait Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan di Objek Wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Adapun indikator dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak dengan cara mempengaruhi kelompok masyarakat serta situasi dimana kelompok itu berada, diantaranya ialah *attentions area* yang merupakan bidang dimana perhatian individu indentik dengan masyarakat.

2. Menyusun Pesan

Menyampaikan informasi kepada masyarakat serta sebagai penghubung antara masyarakat kepada pemerintah dengan tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

untuk mempengaruhi khalayak dengan secara persuasif dan menyampaikan pesan secara langsung.

3. Menetapkan Metode

Metode yang digunakan dalam komunikasi ini adalah berupa mempengaruhi dengan pesan-pesan komunikasi lewat sosialisasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

4. Seleksi Media

Media yang digunakan untuk menyampai informasi untuk menarik khalayak serta mengembangkan informasi tentang mempromosikan Objek Wisata Sungai Gelombang Desa Dipungguk.

2.4 Kerangka Pemikiran

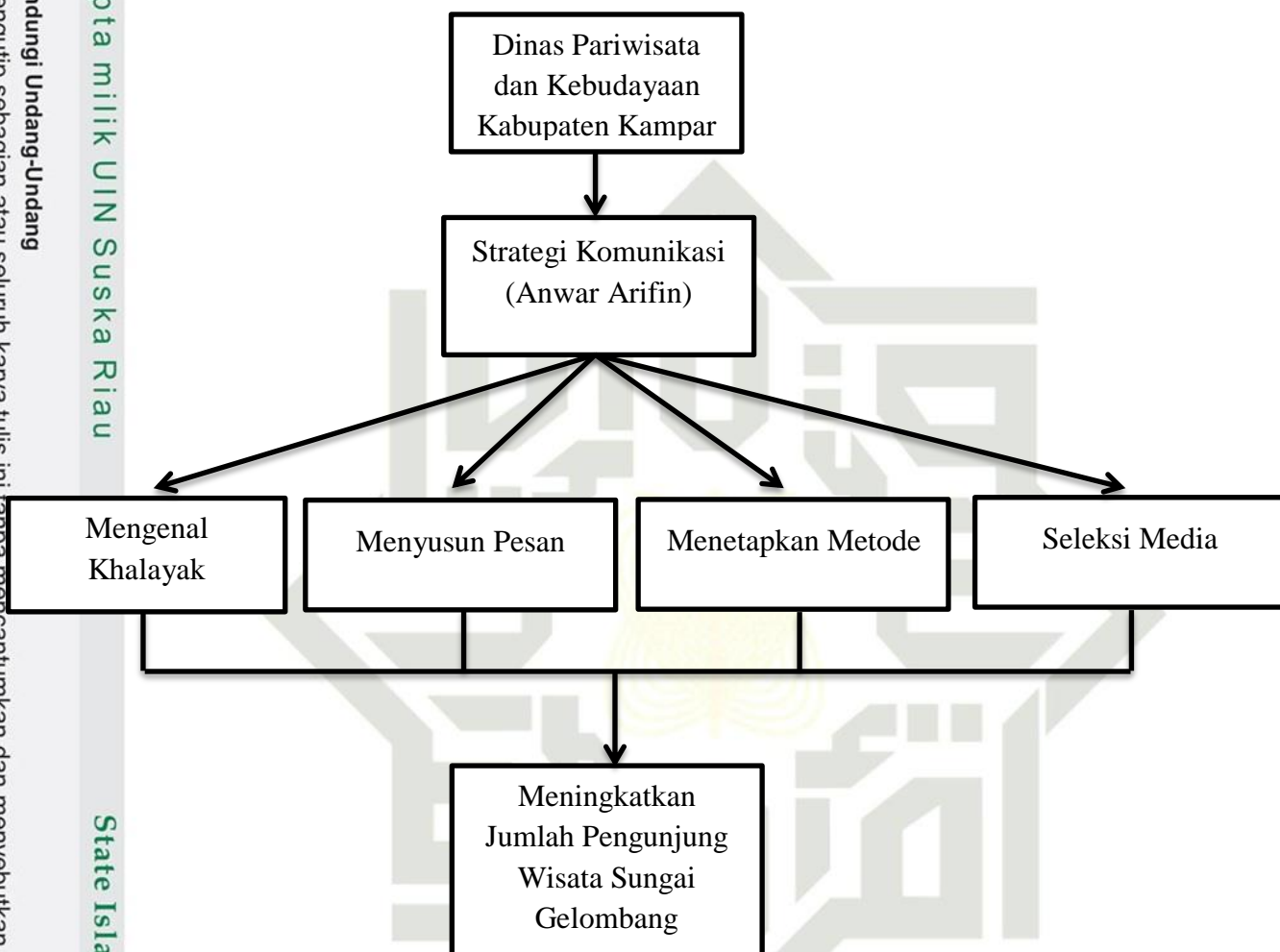
Kerangka pemikiran merupakan suatu ikatan yang meghubungkan satu konsep dengan konsep lainnya dalam penelitian, yang mana kerangka pemikiran ini merupakan suatu hubungan yang menghubungkan satu variabel dengan variabel lainnya pada penelitian yang diteliti.

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan peneliti dalam penelitian dan penyusunan, serta menghindari adanya kesalahpahaman dan memudahkan pembaca dalam memahami penelitian yang dilakukan, peneliti menggambarkan penelitian dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

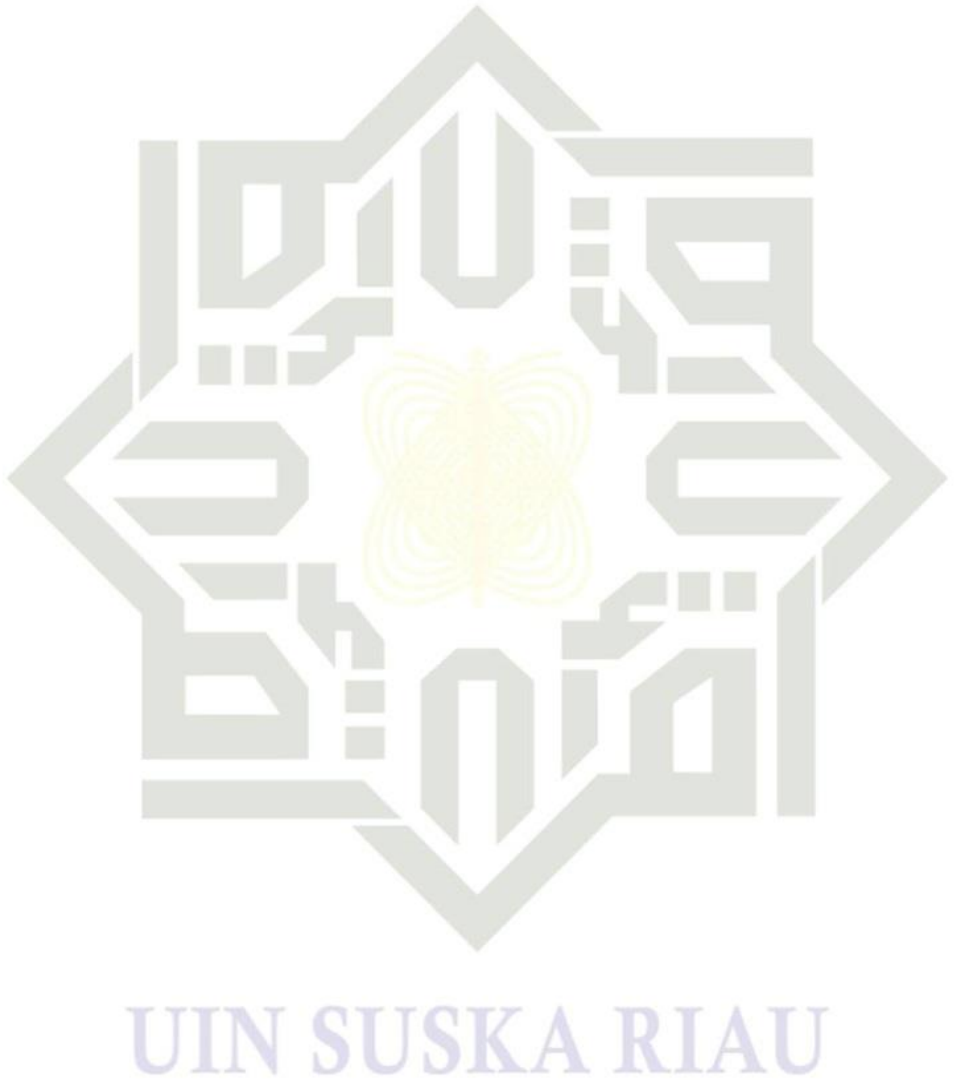
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Analisis Peneliti, 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan pada objek wisata sungai gelombang desa sigungguk, dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar menentukan beberapa strategi yang berperan dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Dengan demikian dalam penelitian ini mengkaji strategi-strategi yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengunjung wisatawan di objek wisata Sungai Gelombang Desa Sigungguk.

Dalam hal ini jumlah strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Kampar mengacu pada sarana dan prasarana yang digunakan dengan pengukuran jumlah pengunjung dengan banyaknya jumlah tiket atau data jumlah pengunjung.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode untuk mengumpulkan lebih banyak pengetahuan tentang fenomena yang terjadi pada suatu hal.³⁷

Penelitian kualitatif merupakan metode untuk pencairan makna, penalaran, pemahaman, dan pengertian terhadap fenomena dan kehidupan manusia yang terlibat dalam penelitian. Penelitian ini bermaksud untuk mengembangkan pemahaman terhadap fenomena atau subjek penelitian terkait cara berpikir, bertindak, bertingkah laku, dan lain sebagainya.³⁸

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk menggali informasi serta menyajikannya secara mendalam terkait strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata/wisatawan di Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Maka dari itu, data yang akan diolah secara mendalam ialah data yang diperoleh dari pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar ataupun data pendukung yang berkaitan dengan topik tersebut

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar yang beralamat di JL. Tuanku Tambusai, Bangkinang, Kec. Bangkinang, Kabupaten Kampar. Penelitian ini akan dilaksanakan mulai Desember 2022 sampai dengan Selesai.

³⁷ Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hlm 193.

³⁸ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006), 120.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian terdapat beberapa sumber data yang secara umum dikategorikan menjadi 2 jenis sumber data, yakni:

1) Data Primer

Data yang dikumpulkan dari responden secara langsung atau lisan, lisan, visual, atau melalui kinerja tindakan oleh subjek yang dapat diandalkan, seperti peserta penelitian atau informan, mengenai variabel yang diteliti³⁹. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang didapatkan terkait strategi komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan jumlah wisatawan destinasi wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk.

2) Data Sekunder

Data yang didapatkan melalui peninjauan pustaka terkait topik strategi komunikasi yang bertujuan untuk mempromosikan atau memasarkan suatu destinasi wisata, dalam hal ini Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Data sekunder tersebut akan bersifat sebagai pendukung hasil penelitian.

3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami tentang informasi yang kita butuhkan dalam penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam Penelitian ini informan kunci yang merupakan informan utama adalah David Hendra, S.Pi selaku Kabid Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, sedangkan informan Pendukung yaitu Mawardi selaku Kepala Desa Sipungguk, Ahmad selaku pengelola dan Risma Melati selaku pengunjung wisata sungai gelombang.

³⁹ Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI. Jakarta: PT Rineka Cipta. Hlm 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian

No.	Nama Narasumber	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	David Hendra.S.Pi	L	Kabid Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar
2	Mawardi	L	Kepala Desa Sipungguk
3	Ahmad	L	Pengelola objek wisata Sungai Gelombang
4	Risma Melati	P	Pengunjung

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa teknik, baik dalam pengumpulan data primer ataupun data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi adalah pengamatan yang disengaja dan metodis terhadap perilaku manusia atau hal-hal lain yang sedang diselidiki. Peneliti dalam penelitian ini memperoleh data secara langsung dengan turun ke lokasi penelitian, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dan Sungai Gelombang Desa Sipungguk⁴⁰.

2) Wawancara

Wawancara adalah diskusi antara peneliti dan nara sumber untuk mempelajari detail penting tentang subjek penelitian. Wawancara adalah sesi tanya jawab di mana dua orang atau lebih secara fisik saling berhadapan saat berbicara tentang masalah tertentu⁴¹. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, yang dimana peneliti menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan – pertanyaan sesuai dengan informasi

⁴⁰ Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet. Hlm 86.

⁴¹ *Ibid*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ataupun data yang dibutuhkan atau ingin didapatkan oleh peneliti. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar untuk mendapatkan informasi terkait strategi komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Sungai Gelombang Desa Sipungguk.

3) Dokumentasi

Pengumpulan informasi yang dimanfaatkan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dalam bentuk dokumen dikenal dengan istilah dokumentasi. Baik dalam bentuk publikasi seperti buku, majalah, notulen rapat, dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi penting tentang subjek penelitian untuk mendukung penelitian itu sendiri⁴².

3.6 Validasi Data

Keabsahan data dari wawancara informan penelitian diperiksa dalam penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan sesuai dengan apa yang diungkapkan informan. Pendekatan triangulasi digunakan dalam penelitian ini untuk membandingkan data dengan berbagai cara dalam upaya untuk memverifikasi keakuratan data atau keandalan kesimpulan penelitian. Triangulasi adalah proses mengevaluasi klaim tentang kebenaran menggunakan data empiris yang ada.⁴³

Jadi untuk memperoleh keabsahan data, peneliti menggunakan teknik validitas yang menjelaskan bahwa yang dimaksud valid adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada kancah(subjek) dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk memperoleh data yang valid peneliti menggunakan cara triangulasi meliputi sebagai berikut:⁴⁴

1. Triangulasi sumber, yaitu dilakukan dengan cara mengecek balik data yang diperoleh melalui sumber. Hal ini dicapai dengan jalan

⁴² Ahyar, Hardani, and Dkk. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu. Hlm 72.

⁴³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2003), 320

⁴⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2005, 82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi di lapangan.

2. Triangulasi teknik, yaitu dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.
3. Triangulasi Waktu, yaitu pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda seperti pagi, sore, malam.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi metode yaitu dengan melakukan wawancara dengan beberapa informan di Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar terkait strategi komunikasi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah wisatawan Sungai Gelombang Desa Sipungguk yang kemudian hasil dari wawancara yang didapat dari beberapa informan tersebut dapat dibandingkan satu sama lain apakah memiliki kecenderungan yang sama dan memberikan satu kesimpulan informasi yang utuh.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data model Miles dan Huberman. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan baik selama dan setelah pengumpulan data untuk jangka waktu yang telah ditentukan. Tiga tahapan yang terlibat dalam studi model data Miles dan Huberman, yaitu⁴⁵:

1) Reduksi Data

Reduksi data meliputi meringkas, memilih informasi yang paling signifikan, berkonsentrasi padanya, dan mencari pola dan tema. Reduksi data adalah proses memilih, memusatkan perhatian, dan menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data kasar yang dihasilkan dari catatan lapangan yang dituliskan.

⁴⁵ Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hlm 246.

2) Penyajian Data

Data harus disajikan dalam bentuk ringkasan singkat, grafik, korelasi antar kategori, dan sebagainya. Penyajian data secara naratif merupakan teknik yang umum dalam penelitian kualitatif.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang sampai dengan peneliti turun ke lapangan mengambil data, sehingga kesimpulan dari penelitian mungkin dapat mengatasinya. Hasil penelitian kualitatif adalah penemuan baru yang diberikan sebagai gambaran atau gambaran yang pada mulanya bersifat ambigu tetapi akhirnya menjadi jelas. Ini juga dapat berbentuk hipotesis atau teori.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran umum kabupaten Kampar

1. Geografis

Kabupaten Kampar dibentuk berdasarkan undang-undang Nomor 12 Tahun 1956 tentang pembentukan daerah otonomi kabupaten dalam lingkungan daerah provinsi Sumatera Tengah. Dengan terbentuknya provinsi Riau berdasarkan undang-undang daryat nomor 19 tahun 1957 yang kemudian diundangkan dengan undang-undang nomor 61 tahun 1958, kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang berada dalam wilayah provinsi Riau.

Sejalan dengan bergulirnya era reformasi, berdasarkan undang-undang nomor 53 tahun 1999, kabupaten Kampar dimekarkan menjadi tiga kabupaten, yaitu kabupaten Kampar ibukotanya Bangkinang, kabupaten Pelalawan ibukotanya Pangkalan Kerinci, kabupaten Rokan Hulu ibukotanya Pasir Pengaraian. Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang berbatasan dengan Kota Pekanbaru, Kota Bangkinang sebagai ibukota kabupaten Kampar berjarak +61 KM dari Kota Pekanbaru ibukota provinsi Riau dan merupakan ibukota kabupaten yang terdekat dengan Pekanbaru.

Gambar 4.1

Peta Kabupaten Kampar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Kondisi Geografis

Kabupaten Kampar dengan luas lebih kurang 1.128.928 ha dengan jumlah penduduk pada tahun 2015 sebanyak 773.171 jiwa merupakan daerah yang terletak antara 01°00'40" lintang utara sampai 00°27'00" lintang selatan dan 100°28'30"-101°14'30" bujur timur dengan batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kota pekanbaru dan kabupaten siak
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten kuantan singing
- c. Sebelah barat berbatasan dengan kabupaten rokan huu dan provinsi sumatera barat
- d. Sebelah timur berbatasan dengan kabupaten pelalawan

Dikabupaten Kampar terdapat dua buah sungai besar, yaitu sungai Kampar yang membujur dari barat ke timur, panjangnya lebih kurang 413,5 km dengan kedalaman rata-rata 7,7 m lebar rata-rata 143 m. sungai Kampar membujur dari barat ke timur melewati beberapa kecamatan yaitu kecamatan XIII koto Kampar, Bangkinang kota, Bangkinang, Kampar, Rumbio jaya, Kampar utara, Siak hulu dan Kampar kiri. selain itu terdapat pula sungai siak yang membujur dari barat ke timur panjangnya lebih kurang 90 km dengan kedalaman rata-rata 8-12 m yang melintasi kecamatan tapung dan bermuara ke selat bengkalis kabupaten bengkalis. Sungai-sungai tersebut diatas memiliki fungsi yang strategis dalam kehidupan ekonomi masyarakat, berfungsi sebagai prasarana perhubungan, sebagai sumber air bersih budi daya ikan, tempat mencari mata pencaharian petani nelayan maupun sumber energi listrik (PLTA Koto panjang).

3. Kondisi Topografi

Secara topografis, kabupaten Kampar merupakan daerah bergelombang dan dataran rendah, rawa-rawa, dataran tinggi, atau perbukitan dan sedikit bergunung dengan ketinggian rata-rata 0-1000 meter dari permukaan air laut. dikabupaten Kampar terdapat 5 jenis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

klasifikasi tanah yaitu organosol, glei humus dengan bahan alluvial, podsolik merah kuning dengan bahan induk batuan endapan dan batuan beku, podsolik merah kuning latosol dan litosol dengan bahan induk batuan beku, tekstur tanah yang ada di kabupaten Kampar pada umumnya liat berpasir dan lempung pasir.

Kabupaten Kampar secara umum beriklim tropis dengan suhu udara rata-rata 21^c- 35^c, kelembapan nisbi rata-rata 78-94 persen dan curah hujan rata-rata 38 mili meter pertahun. dari 1.128.928 ha luas lahan kabupaten Kampar dapat dibagi dalam komposisi sebagai berikut :

- a. tanah sawah(10.173 Ha /0,90 persen)
- b. pekarangan, bangunan dan halaman(84.162 Ha/7,46 persen)
- c. tegal kebun(92.539 Ha/ 8.20 persen)
- d. ladang huma(91.969 Ha /8.15 persen)
- e. padang rumput (9.876 Ha / 0.87 persen)
- f. rawa(19.652 Ha / 1.74 persen)
- g. kolam (1.434 Ha / 0.13 persen)
- h. lahan sementara tidak di usahakan(12.093 Ha / 3.73 persen)
- i. hutan Negara dan hutan rakyat(227.987 Ha / 20.19 persen)
- j. perkebunan (397023 Ha / 35.17 persen)
- k. tanah lain-lain(156.181 Ha / 13.47 persen)

4. Penduduk

Berdasarkan data kementerian dalam negeri akhir tahun 2023 jumlah penduduk di kabupaten Kampar berjumlah 860.379 jiwa yang tersebar di 21 kecamatan dan 251 desa/kelurahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4.2 Gambaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

1. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

a. Visi

Visi merupakan cara pandang jauh kedepan yang merupakan gambaran citra, nilai, arah dan tujuan yang akan menjadi pemandu dalam mencapai masa depan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar secara konsisten, realistis, produktif, serta kreatif dalam melaksanakan program Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengacu pada Visi Kabupaten Kampar, RPJP, RPJM serta Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebelumnya. adapun Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagai berikut : **MENJADI INSTITUSI YANG HANDAL DALAM MENINGKATKAN KUNJUGAN WISATA DILINGKUNGAN MASYARAKAT YANG BERBUDAYA DAN AGAMIS.**

Gambar 4.2

Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar



b. Misi

Untuk merealisasikan Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar seperti tersebut diatas , maka dikembangkan misi organisasi yang harus dipahami oleh seluruh stakeholder karena menjadi tanggung jawab bersama segenap komponen sesuai dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan
- a. Penguipaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan ke
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

proporsinya.Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagai berikut:

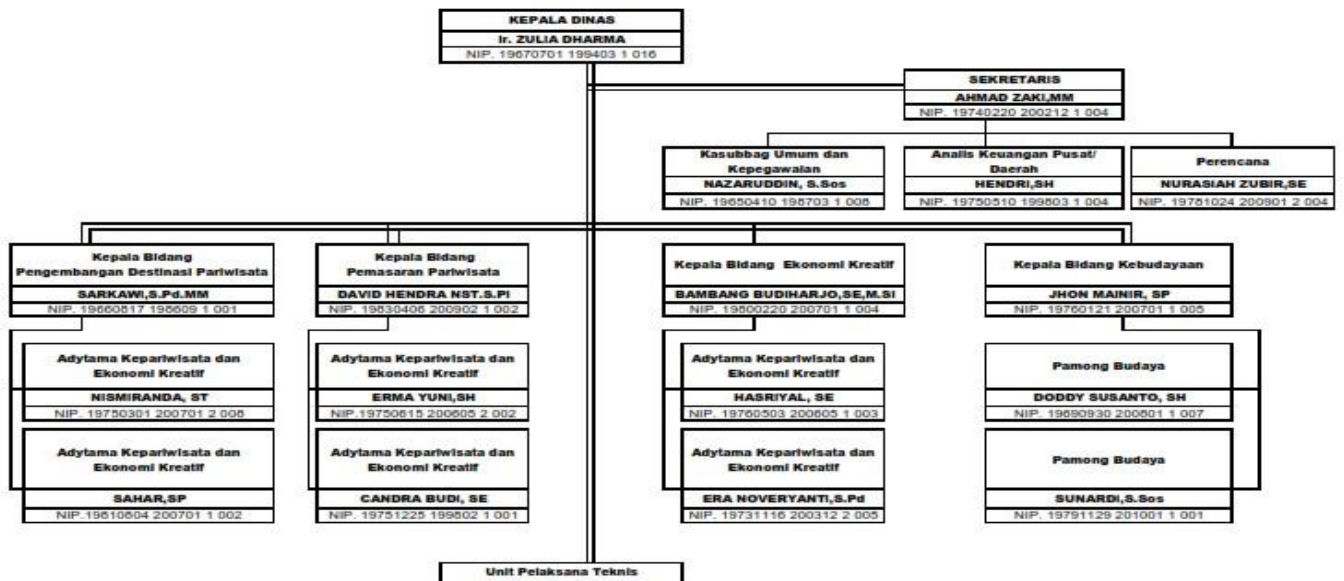
1. Menjadi stakeholder sebagai mitra kerja dalam mewujudkan kabupaten Kampar sebagai daerah kunjungan wisata.
2. Meningkatkan sarana dan prasarana serta peran stakeholder dalam pengembangan pariwisata dan kebudayaan
3. Meningkatkan daya tarik wisata melalui penataan objek wisata dan kebudayaan secara professional dan proposional
4. Mendorong tumbuh dan kembangnya lembaga kesenian dan kebudayaan daerah
5. Meningkatkan peran serta stakeholder dalam pembangunan dan pengembangan industry pariwisata dan kebudayaan daerah.

2. Struktur Organisasi dan Tupoksi Dinas Pariwiata dan Kebudayaan

Gambar 4.3

Struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

STRUKTUR : ORGANISASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR



Bangkinang, 2022
KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR

Ir. ZULIA DHARMA

Sumber : Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 06 Tahun 2016

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Adapun uraian tugas dan fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut :

a. Kepala Dinas

Kepala dinas selaku kepala organisasi perangkat daerah mempunyai tugas memimpin, merencanakan, mengkoordinasikan, mengendalikan, mengevaluasi dan melaporkan seluruh kegiatan dinas sesuai dengan kewenangannya. Dinas pariwisata dan kebudayaan mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dokonsentrasi dan pembantuan dibidang pariwisata dan kebudayaan, sedangkan dalam pelaksanaan tugas dinas pariwisata dan kebudayaan mempunyai fungsi:

- 1) Perumusan kebijakan teknis dibidang pariwisata dan kebudayaan skala kabupaten
- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayan umum dibidang pariwisata dan kebudayaan
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan kebudayaan
- 4) Pelaksanaan pengembangan pariwisata dan kebudayaan
- 5) Pelaksanaan kebijakan promosi dan pemasaran pariwisata dan kebudayaan
- 6) Pelaksanaan rencana induk pengembangan pariwisata
- 7) Pelayanan administrasi
- 8) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

b. Sekretariat

Sekretariat sebagaimana dimaksud dipimpin oleh sekretaris mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian, surat menyurat, perlengkapan, rumah tangga, destinasi, keuangan, perencanaan serta memberikan pelayanan administrasi kepada semua bidang dan unit pelaksana teknis dinas dilingkungan dinas

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

pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar. Dalam melaksanakan tugasnya sekretaris mempunyai uraian tugas :

- 1) Pelaksanaan kegiatan koordinasi satuan kerja
- 2) Penyelenggaraan pengelola administrasi untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi satuan kerja
- 3) Melaksanakan koordinasi penyusunan, pelaksanaan, dan pelaporan standar operasional prosedur
- 4) Penyelenggaraan hubungan kerja dibidang administrasi dengan satuan kerja dilingkungan pemerintah kabupaten Kampar
- 5) Penyelenggaraan pengelolaan keuangan, kepegawaian, dan perencanaan
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan

c. Bidang Pengembangan Destinasi Wisata

Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, serta pengembangan sumber daya wisata, alam dan budaya.

Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata menyelenggarakan Fungsi :

- 1) Pelaksanaan koordinasi di bidang pengembangan Destinasi Pariwisata Kecamatan;
- 2) Penyelenggaraan pembinaan, bimbingan teknis di bidang pengembangan produk wisata, usaha pariwisata, pemberdayaan masyarakat, standarisasi di seluruh Kecamatan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- 3) Pelaksanaan koordinasi dengan instansi terkait, dunia usaha, stakeholder pusat dan daerah untuk pengembangan Destinasi Pariwisata;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata kepada Kepala Dinas;

5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

d. Bidang Pemasaran Pariwisata

Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi pengembangan promosi pariwisata, pengadaan sarana promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata.

Bidang Pemasaran Pariwisata menyelenggarakan Fungsi :

- 1) Pelaksanaan Koordinasi dengan Kecamatan dan Stakeholder dan lembaga- lembaga pariwisata untuk pengembangan pasar;
- 2) Perumusan segmen pasar dalam dan luar negeri dan strategi pemasaran;
- 3) Penyiapan bahan-bahan informasi pariwisata sebagai sarana promosi pariwisata;
- 4) Pelaksanaan promosi potensi pariwisata di dalam dan luar negeri;
- 5) Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pemasaran Pariwisata kepada Kepala Dinas;
- 6) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

e. Bidang Ekonomi Kreatif

Bidang Ekonomi Kreatif mempunyai tugas perumusan standar kebijakan di bidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam, manusia dan budaya.

Bidang Ekonomi Kreatif menyelenggarakan Fungsi :

- 1) Pelaksanaan kebijakan dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia;

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

- 2) Penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia;
- 3) Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi dibidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam dan manusia;
- 4) Pelaporan pelaksanaan tugas Bidang Ekonomi Kreatif kepada Kepala Dinas;
- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan

f. Bidang Kebudayaan

Bidang Kebudayaan mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan di Lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Bidang Kebudayaan menyelenggarakan tugas :

- 1) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan penggalian, pengembangan dan pelestarian nilai budaya daerah;
- 2) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan kegiatan kebudayaan dalam rangka peningkatan apresiasi, kualitas, kuantitas, pengayaan serta evaluasi dan seleksi nilai budaya dari atau ke mancanegara;
- 3) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pemberian bantuan dan penghargaan dalam mendorong peningkatan dan penanaman nilai kebudayaan;
- 4) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan kegiatan koordinasi dengan instansi terkait sesuai dengan bidang dan tugasnya;
- 5) Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan petunjuk teknis dalam kegiatan kebudayaan;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

3. Sumber Daya Manusia di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

a. Sumber Daya Aparatur

Kondisi saat ini Sumber Daya Aparatur yang ada di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga masih minim baik itu dari kuantitas maupun kualitas. Ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas, professional, berpengalaman serta memiliki pengalaman dalam mengelola suatu organisasi atau lembaga merupakan faktor utama agar organisasi dapat berjalan secara optimal. Adapun jumlah Sumber Daya Aparatur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar yang ada saat ini adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 4.1
Data Jumlah Pegawai ASN dan UPT Dinas Pariwisata dan
Kebudayaan Berdasarkan Pangkat dan Golongan.(data per
Februari 2022)

No	Pangkat	Golongan	Jumlah
1	Pembina Utama Muda	IV/c	1 Orang
2	Pembina TK I	IV/b	0 Orang
3	Pembina	IV/a	2 Orang
4	Penata Tingkat I	III/d	10 Orang
5	Penata	III/c	2 Orang
6	Penata Muda TK I	III/b	5 Orang
7	Penata Muda	III/a	0 Orang
8	Pengatur TK I	II/d	3 Orang
9	Pengatur	II/c	3 Orang
10	Pengatur Muda TK I	II/b	2 Orang
11	Pengatur Muda	II/a	1 Orang
Jumlah Pegawai			29 Orang

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tahun 2022

Pada tabel 2.1.diatas terlihat bahwa aparatur dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang memiliki pangkat terdiri dari 29 orang aparatur, sedangkan pengklasifikasikan aparatur berdasarkan golongan terlihat bahwa variasi aparatur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan cukup beragam. Dimana golongan yang paling rendah pada golongan II/a sebanyak 1 orang, dan yang paling banyak berada pada golongan III/d, serta golongan yang paling tinggi adalah IV/c sebanyak 1 orang. Dari data PNS selanjutnya adalah data jumlah Pegawai Tidak tetap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan seperti data dibawah ini :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel 4.2
Data Pegawai Tidak Tetap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (data per Februari 2022)

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1	Tenaga Harian Lepas (THL)	20 Orang	
2	Petugas Teknis Lapangan	4 Orang	Penjaga Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
3	Petugas Kebersihan	3 Orang	Petugas Kebersihan Dinas pariwisata dan Kebudayaan
4	Petugas Teknis Lapangan	6 Orang	Petugas Objek Wisata Candi Muara Takus dan Kawasan Danau Rusa PLTA Koto Panjang
Jumlah THL		33 Orang	

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tahun 2022

Dilihat pada tabel 4.2 diatas data jumlah tenaga harian lepas berjumlah sebanyak 33 Orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Pada bab ini akan menyajikan kesimpulan dari Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan Di Objek wisata Sungai Gelombang Desa Sipungguk. Dalam penelitian ini menggunakan strategi komunikasi yang terdiri dari empat dimensi yakni Mengenal Khalayak, Menyusun Pesan, Menetapkan Metode dan Seleksi Media.

Dalam meningkatkan pengunjung Sungai Gelombang, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mempunyai strategi komunikasi yaitu melalui bidang pemasaran karena bidang pemasaran ini lebih memahami tentang objek wisata tersebut. Kemudian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar juga menjadikan POKDARWIS sebagai komunikator dalam meningkatkan pengunjung sungai gelombang karena POKDARWIS merupakan warga tempatan tersebut memiliki hubungan emosional dengan masyarakat tempatan sehingga dengan begitu kegiatan dan upaya yang dilakukan oleh POKDARWIS di objek wisata sungai gelombang akan lebih mudah dan efisien.

Selanjutnya dalam meningkatkan pengunjung sungai gelombang, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar memanfaatkan dan menggunakan media massa, seperti media elektronik dan media sosial.

1.2 Saran

1. Diharapkan kepada dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar untuk lebih memantapkan pengelolaan objek wisata sungai gelombang desa sipungguk
2. Diharapkan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar untuk bisa menambah fasilitas pendukung di objek wisata sungai gelombang desa sipungguk

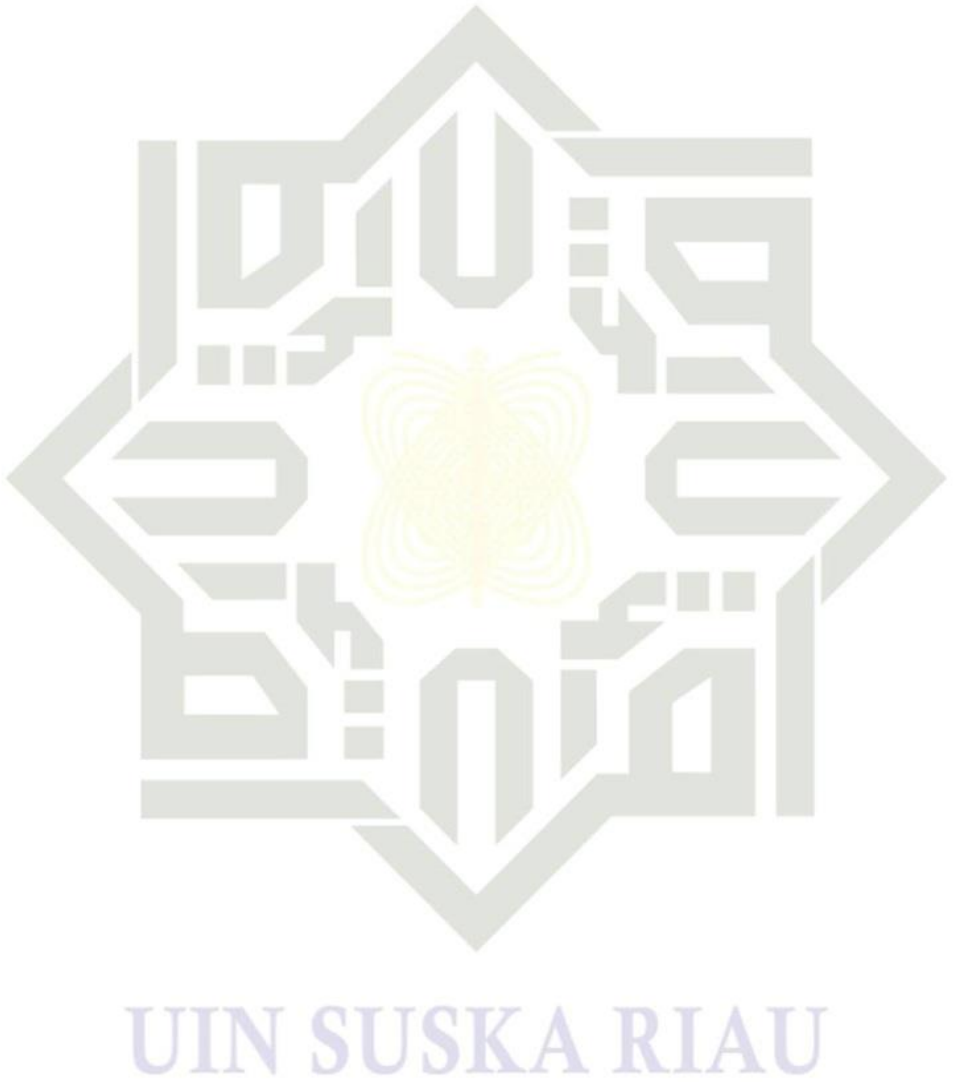
3. Diharapkan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Kampar untuk bisa melakukan evaluasi terhadap seluruh stakeholder yang berkaitan dengan pengelolaan objek wisata sungai gelombang desa sipungguk.

© 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.





DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Hardani, and Dkk. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Akdon. 2006. *Manajemen Strategi*. Bandung: ALFABETA.
- Almayani, Putri. 2020. *Strategi Komunikasi Dinas dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar*. Jurnal Ilmiah Dan Ilmu Komunikasi
- Ambarawati, Anak Agung Ayu. 2011. *Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran'.
- Antoni, Zikril. 2022. *Manajemen Pengembangan Objek Wisata Sungai Gelombang Di Desa Sipungguk Menurut Ekonomi Syariah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Arifin, Anwar. 1998. *Strategy Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung : Armico
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- David, Freed R. 2000 *Managemen Strategi dan Konsep*. Jakarta: Perhalindo
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakata: Kencana
- Mahardika, Bonawati dan Elok Perwirawati, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Melestarikan Festival Dunga dan Buah di Kabupaten Karo*, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Vol. 5, No. 1, 2020
- Misdrinaya, Muthia. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Makassar Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Kota Makassar*. Makassar: UIN Alauddin.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Moleong, Lexy J. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Muhammad, As'adi. 2009. *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Philip, Kotler Dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Purwanti, Angel. 2015. *Penataan Objek Wisata Sebagai Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Kegiatan Visit Batam 2010*. Jurnal Komunikasi Universitas Putera Batam
- Putri, Rahmadya Helsi dan Ria Edlina. 2022. *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Di Masa New Normal Melalui Media Youtube*. Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya
- Rakhmat, Jalaludin. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sahrin, Alfi. 2022. *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon*. Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial
- Selviana, Erwanda. 2019. *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Soemanagara. 2008. *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syung, Sulaksana. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Winardi. 1989. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju

LAMPIRAN

Dokumentasi Dengan Narasumber Pak David Hendra



Dokumentasi Dengan Kepala Desa



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.

Dokumentasi Dengan Pengunjung



© Hak

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

PEDOMAN WAWANCARA

Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam meningkatkan pengunjung sungai gelombang ?

Bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menetapkan komunikator yang tepat dalam memberikan informasi mengenai program untuk meningkatkan pengunjung sungai gelombang ?

Apakah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan kerja sama dengan lembaga lain dalam meningkatkan pengunjung sungai gelombang ?

Bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam menyusun pesan yang akan disampaikan mengenai wisata sungai gelombang ?

5. Apa tujuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut ?

6. Apakah masyarakat memahami/mengerti dan menerima pesan yang telah dibuat ?

7. Apa bentuk dari pesan yang telah dibuat ?

8. Apakah dinas pariwisata dan kebudayaan dalam memberikan informasi mengenai wisata sungai gelombang ?

Media apa saja yang digunakan dinas pariwisata dan kebudayaan dalam memberikan informasi kepada masyarakat ?

Bagaimana cara menentukan atau memilih media dalam memberikan informasi kepada masyarakat ?

Siapa saja yang menjadi sasaran dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan pengunjung sungai gelombang ?

Dari strategi komunikasi apakah masyarakat mengetahui wisata sungai gelombang ?

Bagaimana efek konkrit dari diterapkan strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan Kampar terhadap eksistensi sungai gelombang ?