



UIN SUSKA RIAU

No. 6987/KOM-D/SD-S1/2024

**STRATEGI DESTINATION BRANDING EVENT PACU JALUR  
PADA DINAS PARIWISATA DI KABUPATEN  
KUANTAN SINGINGI**

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



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**PUTRI YOLANDA**  
**NIM. 12040320250**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU**

**2024**



**Persetujuan Pembimbing**

**STRATEGI DESTINATION BRANDING EVENT PACU JALUR PADA  
PARIWISATA DI KUANTAN SINGINGI**

**Disusun Oleh :**

PUTRI YOLANDA  
NIM. 12040320250

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 28 Oktober 2024

**Pembimbing,**

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

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

**Universitas Syarif Kasim Riau**

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



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

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

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

Nama : Putri Yolanda  
NIM : 12040320250  
Judul : Strategi Destination Branding Event Pacu Jalur Pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Kuantan Singging

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

Hari : Senin  
Tanggal : 25 november 2024

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



Tim Penguji

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

Penguji III,

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

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

Penguji IV,

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang 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 والاتصال**  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION  
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN 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 : Putri Yolanda  
NIM : 12040320250  
Judul : Strategi *Destination Branding* Event Pacu Jalur pada Pariwisata di Kuantan Singingi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 13 Maret 2024

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, 13 Maret 2024  
**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I

**Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 19860526 202321 1 013

Penguji II

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

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



UIN SUSKA RIAU

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

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : PUTRI YOLANDA  
NIM : 12040320250  
Tempat/ Tgl. Lahir : Dusun Tuo, 25 November 2002  
Fakultas/Pascasarjana : DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* : **Strategi Destination Branding Event Pacu Jalur Pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Kuantan Singgingi**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 30 Desember 2024  
Yang membuat pernyataan



**PUTRI YOLANDA**  
**NIM. 12040320250**



UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 29 Oktober 2024

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Putri Yolanda  
NIM : 12040320250  
Judul Skripsi : Strategi Destination Branding Event Pacu Jalur pada Pariwisata di Kuantang Singingi

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah 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.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.*

Mengetahui,  
Pembimbing,

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

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

## ABSTRAK



UIN SUSKA RIAU

## ABSTRACT

© Hak cipta Putri Yolanda

NIM 12040320250

Name Major Comunnication Science

Hak Cipta

Name NIM

Major

Comunnication Science

Pacu lane is a mainstay tourist attraction in Kuantan Singingi Regency with beautiful traditions, cultural products and beautiful works of art. Pacu lane is one of 110 events in Karisma Event Nusantara (KEN) 2023. Pacu lane is included in the tourism calendar held by the Kuansing community. This traditional event, which is also called a people's party, was successfully held on 27 August 2023, and was attended by 193 routes from Kuansing Regency, as well as various other districts in Riau. The aim of this research is to determine the destination branding strategy used by tourism managers in introducing the Pacu lane festival. The method used is a qualitative method with descriptive data type. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Based on the destination branding concept by Morgan & Pritchard, namely Market investigation, analysis and strategic recommendation, managers identify visitor needs, analyze big opportunities, create products according to market demand, and determine the value of products/services. In the brand identity aspect, the manager creates a brand identity, namely the name and logo. In the brand launch aspect, the manager carries out advertising, direct marketing and public relations efforts. Then, in the brand implementation aspect, the manager holds a traditional event. The final aspect is monitoring, evaluating and reviewing by evaluating comments in the social media comments column.

**Keywords:** Destination Branding, Pacu Jalur, Tourism

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

menyebutkan sumber:

1. **Karisma Event Nusantara (KEN)** 2023. Pacu lane festival. [online].  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang menggunakan bagian dari skripsi ini tanpa izin.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah Subhanahuwata'ala dengan rahmat-Nya, selamat dan kesempatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir pada perkuliahan ini. Jangan lupa untuk memberikan dan salam kepada raja besar umat Islam yaitu Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam yang telah membawa umat Islam dari zaman Jahiliyah ke zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Semoga apa yang dituliskan oleh penulis dapat memberikan manfaat dan pengaruhnya kepada orang-orang setelahnya dapat menjadi pedoman dalam menjalani hidup. Aamiin.

Dengan judul “Strategi *Destination Branding Event* Pacu Jalur Pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Kuantan Singingi”, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini alhamdulillah. Tesis ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan untuk memenuhi kriteria gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Riau.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang telah banyak berperan dalam kehidupan penulis. Penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu **Rhang** dan ayah **Mariyon** yang selalu menjadi pendukung terbesar dunia dan secara konsisten memenuhi tuntutan materil dan moral penulis sekaligus memberikan semangat dan tak henti-hentinya panjatkan doaku agar penulis bisa mencapai pada momen ini. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada saudara-saudara saya **Besdianto** dan **Khaliza Mulia Shihab** yang selalu memberikan dukungan dan dorongan terbaik dalam segala hal selama proses penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak tentunya tidak dapat dipisahkan dari terselesaiannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt.,M.Sc.,Ph.D.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



UIN SUSKA RIAU

5. Bapak Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si selaku penasihat akademik (PA) yang telah memberikan nasehat serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada ibu Rusyda Fuzana, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan nasehat kepada penulis serta memberikan bimbingan, motivasi dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, semoga ilmu yang bapak berikan menjadi sedekah jariyah dan pahala, juga diberikan rezeki dan kesehatan oleh Allah SWT.
7. Kepada Dosen Pengaji Seminar Proposal, Dosen Pengaji Komprehensif dan Dosen Pengaji Ujian Munaqasyah yang telah membimbing dan meluangkan waktunya untuk melakukan ujian.
8. Terima kasih kepada dosen dan pegawai Prodi Ilmu Komunikasi yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
9. Pada seluruh staf jurusan Ilmu Komunikasi dan staf akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dalam pengurusan administrasi.
10. Kepada para Informan yang bersedia membantu penulis sebagai narasumber dalam wawancara yaitu bapak Andri Meiriki, SP. ME, ibu Afri Elpira, S. Sos, bapak Masfar, Beni Syaputra, dan Elta Andea yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi informan sehingga membantu proses penulisan skripsi ini.
11. Kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singingi yang telah membantu dan bersedia untuk memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan.
12. Terimakasih kepada Jumsufi yang telah mendukung, memberikan waktu, motivasi dan semangat untuk tidak pantang menyerah kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
- Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis lakukan selama perkuliahan, baik disengaja maupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya. Aamiin ya robbal alamin.

Pekanbaru, 20 Juni 2024  
Penulis,

**PUTRI YOLANDA**  
**NIM. 12040320250**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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



UIN SUSKA RIAU

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>ABSTRACT .....</b>	ii
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	iii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	v
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	vii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
1 Latar Belakang Masalah.....	1
2 Penegasan Istilah.....	4
3 Rumusan Masalah.....	6
4 Tujuan Penelitian .....	6
5 Manfaat Penelitian .....	6
6 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	8
2.1 Kajian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
3.3 Sumber Data Penelitian.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5 Validasi Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	29
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	32
4.1 Kabupaten Kuantan Singingi .....	32
4.2 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi.....	33
4.3 Tupoksi dan Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi .....	35
4.4 Latar Belakang dan Perkembangan Pacu Jalur.....	37
4.5 Keunikan Pacu Jalur .....	39
4.6 Solidaritas Masyarakat Terhadap Pacu Jalur .....	41
4.7 Partisipasi Masyarakat Terhadap Pacu Jalur .....	44
4.8 Tata Cara Pelaksanaan Pacu Jalur.....	44

Hak cipta dilindungi undang-undang.  
Dilarang membuat ulang, bau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	46
<b>5.1 Hasil Penelitian .....</b>	46
<b>5.2 Pembahasan.....</b>	62
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	78
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	78
<b>6.2 Saran.....</b>	78

Hak Cipta Lindungi Undang-Undang  
Berdasarkan Peraturan Menteri  
Kemendikbud Nomor 1 Tahun 2018

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

© 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 TABEL**

DAFTAR TABEL	27
DAFTAR REFERENSI	46



UIN SUSKA RIAU

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### © Hak Cipta UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Diberikan Untuk Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1 Peta wilayah Kabupaten Kuantan Singingi .....	32
Gambar 4.2 Tukang Tari .....	40
Gambar 4.3 Tukang Timbo .....	41
Gambar 4.4 Tukang Onjai .....	41
Gambar 5.1 Cinderamata Miniatur Perahu .....	48
Gambar 5.2 Logo Pacu Jalur .....	50
Gambar 5.3 Berita Pacu Jalur .....	52
Gambar 5.4 Akun Instagram Dinas Pariwisata .....	53
Gambar 5.5 Akun Tiktok Dinas Pariwisata .....	54
Gambar 5.6 Gambar Pacu Jalur Google Doodle .....	66
Gambar 5.7 Selembayung .....	67

## DAFTAR GAMBAR

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



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR LAMPIRAN

- © **Ha**ciptamilik **UIN** **Suska** **Riau**
- Lampiran I : Pedoman Wawancara  
Lampiran II : Dokumentasi Wawancara

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Pariwisata saat ini menjadi trend yang berkembang pesat dan dinilai sebagai industri yang cukup menjanjikan, hal ini dikarenakan pariwisata mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat dan negara baik dari segi ekonomi, budaya, lingkungan, ilmu pengetahuan dan lain-lain. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang nantinya mampu mempengaruhi pendapatan daerah. Selain itu, sektor pariwisata juga memberikan peluang untuk meningkatkan lapangan kerja dan memberdayakan potensi masyarakat, baik potensi sosial maupun potensi budaya. Jutaan wisatawan harus terus melakukan perjalanan, dan pemerintah serta manajemen tempat-tempat wisata populer akan terus berupaya meningkatkan standar perjalanan dalam hal lokasi, organisasi, bisnis, dan bidang lainnya. Ketersediaan alam mempunyai dampak yang signifikan terhadap sektor pariwisata. Pengaruh alam terhadap pertumbuhan pariwisata ditunjukkan dengan menjamurnya lokasi-lokasi wisata yang menjadikan alam sebagai titik fokusnya (Darma, 2020).

Selain itu, konsep merek destinasi mencakup lebih dari sekadar logo, tagline, dan simbol. Keyakinan, filosofi, budaya, dan harapan masyarakat lokal atau pemangku kepentingan di destinasi semuanya harus dimasukkan dalam merek destinasi, menurut Burhan (2015). Tiga fase pemasaran positioning, diferensiasi, dan branding harus diperhitungkan. Setelah mengetahui positioning suatu destinasi (bagaimana pelanggan dapat mengidentifikasi atau mengingat suatu lokasi) dan diferensiasi (bagaimana membedakan satu destinasi dari yang lain), langkah selanjutnya adalah branding (menciptakan merek).

1. Dilakukan pengutipan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

bagi sejumlah makanan khas daerah yang menjadi ciri khas masyarakat Kuansing. Untuk mencapai perubahan positif di masa depan, Kabupaten Kuantan Singingi yang merupakan lokasi yang banyak memiliki potensi alam dan budaya, perlu mampu membangun potensi yang signifikan.

Salah satu destinasi wisata unik dan menarik di Kabupaten Kuantan Singingi ini sangat indah untuk dikunjungi. Kabupaten Kuantan Singingi yang beribukota di Teluk Kuantan merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang terbentuk dari pemekaran INHU (Indragiri Hulu) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999.5 Kabupaten Kuantan Singingi merupakan salah satu kabupaten yang ada di Riau. Provinsi yang beribukota di Teluk Kuantan. Kabupaten Kuantan Singingi secara geografis, geoekonomi dan politik terletak pada jalur tengah lintas Pulau Sumatera dan berada di bagian selatan Provinsi Riau, dengan posisi  $0^{\circ}00$  LU sampai  $1^{\circ}00$  LU dan antara  $101^{\circ}02$  sampai  $101^{\circ}55$  Bujur Timur. Kabupaten Kuantan Singingi mempunyai luas wilayah 7,81% atau  $\pm 7.656 \text{ km}^2$  (763.603 Ha). Undang-undang Nomor 53 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Pelalawan, Rokan Hilir, Rokan Hulu, Siak, Natuna, Karimun, Kuantan Singingi, dan Batam menjadi landasan terbentuknya Kabupaten Kuantan Singingi, yang merupakan bagian dari Kabupaten Indragiri Hulu. Riau luar biasa kaya akan nilai-nilai keagamaan dan beragam komponen budaya. Kabupaten Kuantan Singingi di Provinsi Riau merupakan pusat kebudayaan yang khas karena keberagamannya. Daya tarik utama dari lokasi yang indah ini adalah keragaman budaya tradisionalnya yang khas (Risman et al, 2023).

*Event Pacu jalur* merupakan salah satu dari sekian banyak kemungkinan menarik yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi (Kuansing). Olahraga kuno pacu jalur berakar di Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Sedangkan masyarakat Rantau Kuantan mengartikan "Jalur" sebagai sejenis perahu atau sampan yang panjangnya antara 25 sampai 30 meter dengan lebar tengah 1,5 meter dan mampu menampung penumpang sekitar 1,5 meter, istilah "pacu" dalam jalurnya tradisi balapan mengacu pada kompetisi balap atau dayung 40–50 individu. Oleh karena itu, lomba pacu jalur dapat diartikan sebagai perlombaan mendayung kano atau perahu besar yang berkapasitas 40 sampai 50 orang. Setiap tahunnya, warga Kuantan Singingi bangga dengan adanya event Pacu jalur ini merupakan event nasional maupun event local (Gazali, et al, 2018).

Bagi masyarakat Kabupaten Kuantan Singingi, khususnya di ibu kota kabupaten, Teluk Kuantan, dan lingkungan sekitar Sungai Kuantan, ajang pacu jalur ini merupakan perayaan tahunan terbesar. Pada awalnya, lagu pacu ini dilakukan setiap tahun untuk memperingati hari-hari penting umat Islam

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



seperti Maulid Nabi, Idul Fitri, Idul Adha, atau Tahun Baru Hijriah (Gazali et al, 2018).

Menurut kuansing.go.id (2021), Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi bertugas menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata. Merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah di bidang pariwisata dan kebudayaan. Jalur wisata utama Pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi merupakan salah satu destinasi wisata yang sangat mempesona dan terkenal.

Upaya *branding* juga dilakukan oleh tim pengelola Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi untuk mempromosikannya dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan branding Kuantan Singingi sebagai tempat wisata, dengan upayanya mempromosikan wisata Pacu jalur dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Selain lebih simpel dan fleksibel serta mudah dalam penyampaian pesan yang sangat efektif, tim pengelola membuat akun media sosial resmi Pacu jalur untuk keperluan promosi melalui media sosial Instagram dan tiktok.

*Branding* merupakan alat utama untuk menjadikan suatu destinasi wisata menjadi sesuatu yang mempunyai nilai, yang secara tidak langsung berarti pengalaman yang diperoleh wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata akan lebih bernilai. Branding adalah identitas produk dan warisannya. Dengan membangun citra merek yang kuat untuk suatu produk atau layanan, memberikan kepribadian, dan citra pada produk, serta satu suara atau pesan untuk merek tersebut. Hal ini pada akhirnya menentukan cara konsumen berpikir tentang suatu produk atau layanan dan bagaimana produk atau layanan tersebut menonjol dari persaingan. “*Branding is a product’s identity and its legacy. By building a strong brand image for a product or service, it gives the product a personality, an image, and the single voice or message for the brand. This ultimately determines how the consumer thinks about the product or service and how it stands out from the competition. The more unique the persona created, the more memorable the brand will be*” (Blakeman, 2018).

Pencitraan merek destinasi, menurut Blain dkk. di Marta Almeyda-Ibáñez, merupakan serangkaian inisiatif pemasaran dengan tujuan sebagai berikut: (1) Mendorong pengembangan nama, simbol, logo, tanda kata, atau gambar lain yang mudah dikenali dan dibedakan dengan tempat wisata lainnya; (2) Untuk mengomunikasikan secara andal harapan akan pengalaman perjalanan yang berkesan dan khas bagi wisatawan terkait dengan destinasi wisata; (3) mempererat dan menguatkan ikatan emosional antara wisatawan dengan daerah tujuan wisata; dan (4) mengurangi biaya pencarian konsumen dan risiko yang dirasakan (Trida, 2022).

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



Merek akan lebih berkesan jika Anda mengembangkan persona yang lebih khas. Penting untuk mempelajari konsep *branding*, yang menjadi dasar makalah ini, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang ide branding destinasi, dan lebih khusus lagi, “*city branding*”. Oleh karena itu, definisi “merek” yang paling terkenal dan sering digunakan adalah definisi merek berorientasi perusahaan, yang dikemukakan oleh American Marketing Association pada tahun 1960 dan menyatakan bahwa merek adalah: *A name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods or services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors* “Ungkapan, tanda, simbol, desain, atau campuran dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan barang dan jasa milik penjual atau kelompok penjual dari barang atau jasa pesaing.” (Trida, 2022).

Berdasarkan kejadiannya, event Pacu jalur mempunyai prospek yang menjanjikan dalam industri pariwisata. Oleh karena itu, para akademisi sangat ingin mempelajarinya lebih lanjut **“Strategi Destination Branding Event Pacu Jalur Pada Dinas Pariwisata di Kabupaten Kuantan Singgingi”**

## 2 Penegasan Istilah

Definisi terminologi berikut akan digunakan untuk mencegah kesalahpahaman mengenai konsep dan istilah yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1.2.1 Destination Branding

*Destination branding* adalah upaya untuk membangun persepsi positif terhadap suatu lokasi wisata untuk menarik wisatawan dan memberikan mereka pengalaman yang tidak akan segera mereka lupakan. Agar pengelola tempat dan wisatawan memiliki kesamaan ide mengenai atraksi wisata, maka perlu dilakukan branding destinasi (Subarkah dkk, 2020).

Kesuksesan dan reputasi sebuah agensi itu sendiri dipengaruhi oleh branding destinasi, yang merupakan hal yang krusial bagi suatu lokasi atau wilayah. Pencitraan merek destinasi lebih dari sekedar nama, istilah, atau merek di suatu tempat atau wilayah; merupakan strategi untuk mengembangkan dan memperluas suatu merek dari suatu tempat atau wilayah yang diharapkan dapat memberikan citra positif terhadap daerah tersebut, yang notabene patut mendapat perhatian.

*Destination Branding* dari suatu lokasi yang memerlukan sejumlah prosedur untuk membangun reputasi di masyarakat daripada muncul atau berkembang secara alami. Untuk menciptakan citra positif, branding destinasi memerlukan beberapa langkah yang sesuai.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Destination branding berfungsi sebagai identitas suatu daerah sehingga memudahkan dunia luar untuk mengenalinya. Jika masyarakat dapat dengan mudah mengenali suatu kawasan, maka akan berdampak positif terhadap perekonomian kawasan, pariwisata, dan banyak aspek lain yang berkontribusi terhadap perkembangannya.

*Brand* Inilah yang menjadikan bisnis, barang, dan jasanya unik. Dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas, merek ini menambah nilai bagi konsumen, wisatawan, investor, atau pemangku kepentingan. (Sarmoko et al, 2023).

Menurut Nastain dkk. (2018), merek lebih dari sekedar nama atau logo; itu adalah konsep panduan perusahaan kepada konsumennya atau masyarakat umum untuk mencapai tujuannya. Merek melalui beberapa fase perkembangan panjang yang dipengaruhi oleh opini publik, persepsi, pengalaman merek, dan kepuasan merek.

### 1.2.2 Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang terjadi ketika orang melintasi suatu perbatasan untuk tujuan kesenangan atau bisnis dan tinggal di tempat tersebut paling sedikit 24 jam tetapi kurang dari satu tahun. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok secara sukarela dan sementara waktu dari suatu tempat ke tempat lain untuk berekreasi, menikmati objek dan daya tarik wisata, tidak dengan tujuan untuk mencari nafkah di daerah yang dikunjungi dan untuk menerima jasa dari dunia usaha. jasa pariwisata (Gunawan, 2022)

sesuai Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. Menurut Pasal 1 Ayat 3, pariwisata mencakup serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan yang didukung oleh sejumlah layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh pemerintah daerah, dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat.

Kekuatan besar lain di balik perekonomian global yang terbukti meningkatkan kesejahteraan suatu negara adalah pariwisata. Perkembangan industri pariwisata dapat meningkatkan bisnis dan menghasilkan keuntungan sosial. Penduduk suatu destinasi harus memperoleh manfaat dari pariwisata jika direncanakan dengan baik. Indikasi lain keberhasilan pariwisata adalah dukungan pemerintah terhadap industri yang mendorong pertumbuhan industri lainnya (Syahreza, 2022).

Komoditas lain yang dibutuhkan setiap orang adalah pariwisata. Alasannya adalah bahwa perjalanan dapat meningkatkan potensi kreatif



seseorang, menghilangkan kebosanan terkait pekerjaan, mempromosikan rekreasi, belanja, dan perdagangan, serta memberikan wisata kesehatan dan spiritual serta pemahaman tentang warisan sejarah dan budaya kelompok etnis tertentu. . (Kurniawan et al, 2019).

### **1.1.3. Event Pacu Jalur**

Suatu "peristiwa" atau "momen" dapat digunakan untuk menggambarkan peristiwa itu sendiri, namun penting untuk ditekankan bahwa itu "bukan suatu peristiwa". Acara itu sendiri mempunyai tujuan dan "dibuat" atau sengaja diadakan. Tujuan dari acara ini sendiri adalah untuk membina hubungan antarmanusia sebagai makhluk sosial.

Sulaksana (2003) mendefinisikan acara sebagai suatu acara yang diselenggarakan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu kepada khalayak yang dituju. Allen (2002) mendefinisikan acara sebagai kebiasaan unik dalam penunjukan, penampilan, atau perayaan yang tidak diragukan lagi diselenggarakan untuk memenuhi tujuan umum, sosial, atau budaya.(Atthahara, 2023).

Untuk mengkomunikasikan suatu maksud dan tujuan antara suatu organisasi dengan khalayaknya, peristiwa dapat berfungsi sebagai "jembatan komunikasi" antara pengirim (orang yang mengirim pesan) dan penerima (orang yang menerimanya) (Lestari, 2021).

## **2 Rumusan Masalah**

bagaimana Strategi *Destination Branding* Event Pacu Jalur Pada Pariwisata di Kuantan Singgingi?

## **3 Tujuan Penelitian**

Bertujuan untuk mengetahui bagaimana Startegi *Destinasi Branding* Event Pacu Jalur Pada Pariwisata di Kuantan Singgingi?

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Pengetahuan dan wawasan peneliti akan bertambah karena adanya penelitian yang dilakukannya. Selain itu, keberadaan Pacu Lane membuat penulis dapat mengetahui lebih jauh tentang kontribusi budaya yang ditinggalkan masyarakat.

### **1.5.2 Bagi Lokasi Penelitian**

Temuan penelitian harus disimpan dan digunakan sebagai budaya yang sesuai

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



### 1.5.3 Bagi Universitas

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk penelitian tambahan di beberapa bidang

## 1.6 Sistematika Penulisan

### : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir

### : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian Teknik pengumpulan data, validasi data, Teknik analisis data

### : GAMBARAN UMUM

Gambaran umum berisikan tentang lokasi penelitian mengenai yaitu menjelaskan tentang sejarah, Visi dan Misi dan Struktur Organisasi.

### : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan tentang "Strategi *Destination Branding* Event Pacu Jalur Pada Pariwisata di Kuantan Singgingi"

### : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran pada penelitian ini

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**BAB I**

**BAB II**

**BAB III**

**BAB IV**

**BAB V**

**BAB VI**

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

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Kajian Terdahulu

Sejumlah penelitian atau proyek penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini akan dijelaskan oleh peneliti pada bab ini. Uraian ini bertujuan untuk menetapkan posisi penelitian dan menjelaskan perbedaannya dengan mengacu pada penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian sebelumnya adalah sumber yang bagus untuk perbandingan. Dalam hal ini, para peneliti benar-benar unik. Penelitian terdahulu yang dimaksud oleh peneliti adalah:

##### a. Artikel jurnal *Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata*

Penelitian tersebut dilakukan oleh Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi pada tahun 2018 yang kemudian dipublikasikan di Jurnal Komunikasi Indonesia. Metodologi penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Menggunakan metode pengumpulan data yang melibatkan analisis teks (Trisakti et al, 2018).

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah mengkategorikan sejumlah tempat wisata Indonesia menggunakan lima keajaiban: alam, budaya, modern, sensorik, dan petualangan. Beberapa elemen dari tujuh pilar penceritaan emosi, plot, struktur, dan suara telah digunakan dalam film *Journey to a Wonderful World*. Sebaliknya, video iklan pariwisata tidak menampilkan pahlawan, penjahat, atau konflik. Pada akhirnya, hal ini menciptakan kesan bahwa penonton akan merasa senang setelah menonton pertunjukan tersebut.

*Branding* Lokasi dipandang sebagai alat yang ampuh untuk mempromosikan kota atau tujuan wisata. Sebuah lokasi yang memiliki brand yang kuat dapat membedakan dirinya dari yang lain. Salah satu alat yang menjadi landasan proses branding adalah identitas. Identitas memungkinkan suatu lokasi atau destinasi menonjol dibandingkan pesaingnya (Febby Amelia Trisakti, dkk, 2018:73-86). Dalam hal ini, Branding Destinasi Kementerian Pariwisata dapat mencegah konsekuensi konflik yang ingin digambarkan oleh film tersebut, seperti pada budaya tertentu: Ketika tarian tersebut terlihat memiliki aspek kekerasan, maka timbul gesekan dan citra merek mungkin terpengaruh..

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



menganalisis data yang mereka temukan. persamaan yang signifikan dalam bagaimana gagasan branding destinasi diterapkan. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya, terutama analisis teks, inilah yang membedakan penelitian ini dengan penelitian saat ini. Selain itu, terdapat variasi fokus penelitian, yaitu teks atau narasi yang disajikan melalui audiovisual.

### **b. Artikel jurnal “*Destination Branding Desa Pebau Hilir Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singgingi Sebagai desa Wisata Melalui Wisata Tobek Paboun”***

Mutiara Trida melakukan penelitian pada tahun 2022 bersama mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Riau. Untuk mengetahui inisiatif destinasi branding yang dilakukan oleh tim pengelola desa wisata Tobek Paboun, penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif. (Trida, 2022).

Temuan penelitian ini antara lain analisis data mengenai branding destinasi Wisata Tobek Paboun Desa Pebau sebagai desa wisata:

1. Langkah pertama tur Tobek Paboun melibatkan riset pasar, analisis, dan rekomendasi strategis. Tim manajemen menentukan kebutuhan pengunjung dengan mempelajari tren terkini serta kebutuhan dan minat masyarakat. Mereka kemudian menganalisis peluang pasar dengan menelaah berbagai segmentasi. Terakhir, mereka menciptakan produk yang dibutuhkan dan diinginkan wisatawan serta menilai nilai barang atau jasa yang dihasilkan dalam wisata Tobek Paboun.
2. *Brand Identity* atau tahapan dalam membangun identitas merek, pada tahap ini tim pengelola pariwisata membuat nama dan logo.
3. Pengenalan dan Peluncuran Merek, merupakan kegiatan memasarkan produk wisata Tobek Paboun kepada wisatawan dengan menggunakan berbagai media seperti akun media sosial Facebook dan Instagram wisata Tobek Paboun yang dibuat dan dikelola oleh pihak pengelola.
4. *Brand Implementation*, tahap ini tim pengelola wisata Tobek Paboun mengintegrasikan seluruh pihak terkait seperti masyarakat lokal, sponsorship, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuantan Singgingi, dan komunitas promosi Kuansing.
5. Pemantauan, Evaluasi, dan Peninjauan: Ini adalah langkah terakhir yang diselesaikan oleh tim manajemen. Hal ini melibatkan pengawasan terhadap semua komentar dan kritik yang dibuat oleh wisatawan yang berkunjung atau di bagian komentar di media sosial,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



setelah itu tim manajemen menilai keluhan yang dibuat oleh wisatawan.

Penelitian yang diteliti dan penelitian ini serupa karena sama-sama menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif dan teori Morgan & Pritchard.

### c. Artikel jurnal “*Destination Branding Kawasan Cileluh Pelabuhan Ratuk Sukabumi Melalui Geopark*”

Pada tahun 2019, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung melakukan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Mustikaningsih, Evi Novianti, dan Diah Fatma S. Buletin Kontribusi Ilmiah GEOLOGI menerbitkan makalah jurnal ini. Penelitian ini merumuskan topik secara deskriptif dan menggunakan metodologi kualitatif. (Mustikaningsih et al, 2019).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan brand di kawasan wisata Sukabumi dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki sebagai geopark agar lebih tepat sasaran dan bermanfaat bagi keberlangsungan dan kemandirian masyarakat setempat. Kesiapan wisatawan untuk mengandalkan informasi yang dikumpulkan dari merek destinasi wisata yang menepati janjinya dan akan memenuhi harapan wisatawan dikenal sebagai kepercayaan merek terhadap merek destinasi.

Strategi peneliti dan penelitian-penelitian sebelumnya dapat dibandingkan, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan berbicara tentang pengembangan destinasi branding dengan menggunakan objek penelitian yang sama. Fokus utama peneliti adalah branding destinasi melalui pariwisata.

Lokasi dan metode pengumpulan data merupakan dua hal yang membedakan penelitian yang direncanakan dengan penelitian sebelumnya. Sedangkan Marlina Mustikaningsih melakukan penelitiannya melalui studi pustaka, yaitu pencarian buku dan internet untuk referensi dan teori mengenai kasus dan permasalahan yang dapat dijadikan bahan penelitian, sedangkan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### d. Artikel jurnal “*Destination Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner*”

Penelitian dilakukan pada tahun 2020 oleh Nurul Aini Raosindah Maruto dan Anam Miftajhul Huda dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya. Untuk mengetahui Strategi Village Branding Lawang Seketeng Sebagai 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kuliner, penelitian ini dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Makna Komunikasi. Konsep destinasi branding dan konsep pemasaran digunakan dalam metodologi deskriptif kualitatif penelitian ini. Pendekatan branding destinasi studi ini mengikuti lima tahap Morgan & Pritchard: riset pasar dan analisis strategis, identifikasi merek, komunikasi visi, implementasi merek, pemantauan, evaluasi, dan peninjauan. (Maruto et al, 2020).

Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi cara mengembangkan wisata kuliner, terutama mengingat pandemi Covid-19 yang terus berdampak pada banyak masyarakat setempat. Pengurus Desa Lawang Seketeng menciptakan suguhan gastronomi tersebut melalui internet dan media sosial yaitu Facebook. Kurangnya tenaga kerja juga dapat berdampak pada kinerja desa wisata Lawang Seketeng sehingga kurang aktif dalam menggunakan media sosial yang dapat mendorong wisata kuliner online.

Terdapat kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, antara lain penggunaan metodologi deskriptif kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara, dan tujuan penelitian serupa dalam hal strategi *destination branding*.

#### e. Siti Ning Farida dan Herlina Suksmawati, “Destination Branding Wisata Belanja Kabupaten Magetan”

Pada tahun 2020, Siti Ning Farida dan Herlina Suksmawati dari Universitas Pembangunan Nasional-FISIP Veteran Jawa Timur Surabaya melakukan penelitian ini. Jurnal Bisnis Indonesia (JBI) menerbitkan artikel ini. Data yang ditemukan peneliti di daerah tersebut dianalisis dengan menggunakan teori dan konsep yang telah dijelaskan peneliti. Peneliti menggunakan berbagai ide, seperti identitas perusahaan, branding, dan branding destinasi, yang mencakup teori dan komponen dalam menciptakan branding destinasi. Metodologi penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. (Farida et al, 2020).

Temuan penelitian ini menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam membangun sentra industri kulit sebagai branding destinasi Kabupaten Magetan. Langkah-langkah tersebut antara lain mengidentifikasi segmentasi pasar, menciptakan identitas, dan mempraktikkan keberadaan sentra industri kulit. Produk-produk yang dimiliki oleh pusat industri kulit mempunyai komponen-komponen yang diperlukan untuk membangunnya. Pada Destination Branding Kabupaten Magetan, keunikan kualitas manfaat produk dapat menciptakan komponen identitas merek, esensi merek, dan citra merek.

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



#### **f. Artikel jurnal “Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar”**

Pada tahun 2019, I Nyoman Sukma Arida, Eka Sita Michandani, dan Program Studi S1 Destinasi Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana melaksanakan penelitian ini. Jurnal Destinasi Pariwisata menerbitkan jurnal ini. Potensi wisata yang ada di Desa Wisata Kerta sangat banyak, baik potensi alam maupun budaya. Salah satu syarat desa wisata yang sangat memuaskan adalah Desa Wisata Kerta. Sesuai Keputusan Bupati Nomor 429/E02/HK/2017, Desa Kerta ditetapkan sebagai Desa Wisata. Perlu adanya branding destinasi yang dapat menjadi sarana promosi desa wisata Kerta yang mulai berkembang menjadi dusun wisata. Untuk menggambarkan kota wisata secara memadai, diperlukan juga perencanaan branding destinasi. Ide di balik pembuatan branding destinasi Desa Wisata Kerta adalah untuk memberikan identitas khas pada desa tersebut sehingga memudahkan deskripsi atau penyajiannya. (Michandani et al, 2020).

Berdasarkan temuan penelitian, brand Desa Wisata Kerta adalah Climate Village. Karena Desa Kerta telah banyak mendapat penghargaan sebagai Desa Iklim, maka Desa Iklim terpilih menjadi merek dagang Desa Wisata Kerta. Empat elemen bambu, sapi, manusia, dan candidigunakan dalam desain logo Desa Kerta yang merupakan Desa Iklim. Manusia, sapi, dan bambu diambil sesuai dengan gagasan Tri Pramana yang merupakan filosofi ajaran Hindu. Sedangkan candi melambangkan ikatan antara Tuhan dan manusia. “Surga Hijau” adalah tagline yang dibuat, mengacu pada ruang hijau Desa Kerta yang penuh dengan potensi alam. disebut digambarkan sebagai surga wisata.

Penelitian ini dan penulis berbagi penggunaan ide branding destinasi dan metode kualitatif sebagai bagian dari strategi mereka. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam hal jenis data yang digunakan, khususnya data yang dikumpulkan melalui

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



Focus Group Discussion (FGD) dan penggunaan desain dan konsep kreatif.

#### **g. Artikel jurnal “Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia”**

Rastri Kusumaningrum dan Yoyoh Hereyah melakukan penelitian ini pada tahun 2019. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi menerbitkan jurnal ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis studi kasus sebagai metodologi penelitiannya. Sebagai kerangka teori, model komunikasi Elaboration Likelihood yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo adalah ide yang digunakan. (Hereyah et al, 2019).

Pemerintah dan penggiat museum berupaya untuk mempromosikan wisata museum di Indonesia, dimana pengunjung museum sebagai tujuan wisata relatif sedikit dibandingkan dengan tujuan wisata lain seperti wisata alam dan bahari. Hal ini dikenal sebagai destinasi branding wisata museum Indonesia.

Berdasarkan temuan penelitian, penggunaan branding destinasi oleh Komunitas Eksplorasi Budaya untuk pariwisata museum Indonesia, yang mencakup pemaparan pesan melalui Program Eksplorasi Kota Toea dan Night Time Journey At The Museum, menempatkan fokus yang lebih besar pada persuasi melalui interaksi pribadi, penyampaian pesan, dan penyampaian pesan. -mulut, dan kemasan program. yang termotivasi dan membutuhkan pesan tersebut, yang kemudian diperiksa menggunakan model kemungkinan elaborasi. Analisis ini mengungkapkan bahwa jalur spenerimaan pesan sentral dan periferal berbeda dalam hal motivasi, kebutuhan, dan kapasitas untuk menilai pesan, yang pada gilirannya menyebabkan perubahan sikap.

Ide branding suatu kawasan atau destinasi wisata digunakan dalam penelitian ini dengan cara yang sama seperti pada penelitian-penelitian sebelumnya. Namun penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan pendekatan studi kasus dan metodologi pengumpulan data, sedangkan penelitian sebelumnya tidak menggunakan pengumpulan data.

#### **h. Artikel jurnal “Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal”**

Penelitian ini dilakukan oleh Alwafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman, Akim pada tahun 2020, Universitas Padjadjaran, Indonesia. Artikel jurnal ini diterbitkan di Jurnal Pariwisata. Dengan tujuan wisata halal dengan melihat perkembangan wisata halal di tiga daerah unggulan yaitu Lombok, Aceh dan Sumatera Barat yang mempunyai budaya,



karakter, kepribadian, nama, logo dan slogan sesuai dengan kriteria konsep wisata halal, karena masing-masing daerah tersebut mempunyai potensi wisata halal berdasarkan karakteristiknya masing-masing. Dalam upaya memberikan gambaran visual mengenai wisata halal di Indonesia, logo, nama, dan slogan merupakan contoh branding pariwisata halal Indonesia. Selain itu, budaya dan ciri-ciri masyarakat termasuk mayoritas umat Islam penting untuk branding destinasi (Subarkah dkk, 2020).

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, Indonesia memulai destinasi branding dengan membuat Logo Halal Tourism Indonesia, Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders, untuk menggambarkan destinasi wisata halalnya. Hal ini membantu mengidentifikasi tiga wilayah Lombok (Friendly Lombok), Aceh (Cahaya Aceh), dan Sumatra Barat (Taste of Padang) yang dianggap siap menjadi destinasi wisata halal unggulan berdasarkan fasilitas dan layanan ramah halalnya, yaitu meraih penghargaan pariwisata halal terbaik dunia saat mewakili Indonesia pada World Halal Travel Summit di Abu Dhabi pada tahun 2015 dan 2016. Selain itu, Indonesia sedang berupaya untuk mempromosikan halal. Sebagai target pasar utama pariwisata halal, wisata sosialisasi, partisipasi dalam pameran nasional dan internasional, liputan media, dan peningkatan jumlah pengunjung Timur Tengah merupakan contoh diplomasi pariwisata.

Penelitian ini dan penelitian penulis dapat dibandingkan karena keduanya menggunakan metodologi deskriptif dan gagasan branding destinasi.

#### i. Artikel Jurnal “Strategi *Destination Branding Event Budaya Pemerintah Kota Bandung Sebagai Magnet Pariwisata”*

Ita Suryani dan Teguh Tri Susanto dari Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika melakukan penelitian ini pada tahun 2018, dan Jurnal Ilmu Sosial mempublikasikan temuan mereka (Suryani dkk, 2018).

Berdasarkan temuan penelitian ini, Pemerintah Kota Bandung mengadopsi tagline “Bandung Menakjubkan” sebagai bagian dari rencana branding destinasi untuk memperluas dan mendongkrak potensi pariwisata kota tersebut. Untuk meningkatkan kesadaran akan potensi pariwisata Bandung dan meningkatkan pengakuannya baik oleh wisatawan domestik maupun internasional, maka strategi destinasi branding harus diterapkan. Strategi ini diharapkan dapat menjadi magnet pariwisata dan menjadikan Bandung sebagai salah satu destinasi wisata unggulan Indonesia.

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



Kesamaan penelitian diatas dengan penelitian yang peneliti teliti adalah penggunaan konsep branding Destination. Perbedaannya terletak pada penggunaan metodologi penelitian. Penelitian yang sedang peneliti pelajari menggunakan metode deskriptif, sedangkan penelitian diatas menggunakan metode studi kasus.

#### j. Artikel Jurnal “Strategi Destination Branding Waduk Jatiluhur Sebagai Wisata Air Unggulan di Jawa Barat”

Sophia Novita dan Firmansyah dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung melakukan penelitian ini pada tahun 2021, dan Jurnal Ilmu Komunikasi mempublikasikan temuannya (Novita dkk, 2021).

Berdasarkan temuan studi tersebut, pemerintah daerah baik Pemerintah Kabupaten Purwakarta maupun Pemerintah Provinsi Jawa Barat—saat ini menerapkan strategi branding destinasi dengan menerapkan sejumlah langkah yang diperhitungkan, salah satunya adalah memutuskan merek waduk Jatiluhur mana yang akan dipublikasikan. Selain objek wisata alam buatan, pemerintah daerah menyiapkan dan menciptakan tiga objek wisata buatan sebagai bagian dari brand wisata Waduk Jatiluhur. Hal ini harus diterapkan dan terus dipantau untuk memastikan bahwa merek tersebut tetap menjadi tujuan wisata air utama di Barat.

Beberapa taktik inovatif, termasuk SMS blast dan pengembangan aplikasi pariwisata, digunakan untuk meluncurkan merek wisata air di Waduk Jatiluhur. Tim media sosial yang dikelola pemerintah dan optimalisasi aplikasinya harus ditingkatkan dan disesuaikan untuk atraksi wisata tertentu, seperti Waduk Jatiluhur. Penilaian layanan pariwisata secara berkala perlu dilakukan, termasuk bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan dan menawarkan infrastruktur dan fasilitas pariwisata halal, untuk membangun merek dan mengembangkan produk atraksi wisata melalui strategi perencanaan acara nasional dan internasional. Pasar pariwisata sedang berkembang, begitu pula industri itu sendiri. Dengan bekerja sama dengan pemangku kepentingan dan masyarakat, pemerintah harus mampu menerapkan branding pariwisata yang sesuai dengan tujuan daerah dan daya tarik wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat. Untuk menjangkau wisatawan baik domestik maupun mancanegara, pemerintah juga harus berkomitmen penuh untuk mengembangkan branding destinasi pariwisata di tempat-tempat yang berpotensi menarik pengunjung, baik melalui wisata alam maupun atraksi buatan.

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



Penelitian yang disebutkan di atas dan penelitian yang diteliti serupa karena keduanya menggunakan ide branding destinasi dari Mogran & Pritchard. Penulis menggunakan metode deskriptif, sedangkan penelitian kami menggunakan pendekatan studi kasus.

## 2 Landasan Teori

Landasan teoritis diberikan dalam subbagian ini. Agar lebih mudah menyelesaikan permasalahan secara konseptual maka landasan teori meliputi teori. Dengan bantuan landasan teori tersebut, maka dikembangkanlah kerangka konseptual yang dapat mempermudah pelaksanaan penelitian.

### 2.2.1 Konsep *Destination Branding*

Branding destinasi adalah penggunaan nama, simbol, logo, slogan, atau gambar untuk mendeskripsikan suatu tempat dan membedakannya dari tempat wisata lainnya. Hal ini memudahkan para tamu untuk mengingat dan secara emosional merasakan pengalaman berbeda di objek wisata tersebut. Tujuan dari branding destinasi adalah untuk menampilkan citra yang baik dari suatu tempat wisata untuk menarik wisatawan dan memberi mereka pengalaman yang tidak akan segera mereka lupakan. Agar pengelola tempat dan wisatawan memiliki kesamaan konsep terhadap destinasi wisata, maka perlu dilakukan branding destinasi. (Subarkah et al, 2020).

Salah satu taktik untuk mempromosikan potensi suatu daerah adalah dengan melakukan branding destinasi. Pariwisata merupakan salah satu dari enam komponen penting pembentuk destinasi branding atau syarat pengembangan destinasi yang baik, sesuai dengan berbagai teknik destinasi branding. Masyarakat, pemerintah, ekspor, imigrasi dan investasi, serta budaya dan warisan merupakan elemen-elemen yang tersisa. Sebuah ide untuk branding destinasi yang didasarkan pada antusiasme dan identitas visual yang menarik yang terikat pada sejumlah elemen yang akan memfasilitasi hubungan masyarakat dengan lokasi tersebut. Pencitraan merek destinasi diperkirakan memiliki kemampuan untuk mengubah opini masyarakat dan cara mereka memandang suatu lokasi, terutama perbedaan suatu tempat dengan pilihan destinasi perjalanan lainnya.

Salah satu komponen branding destinasi adalah mengubah persepsi terhadap suatu tempat. Ada banyak cara untuk mengubah persepsi suatu wilayah, termasuk melalui hubungan media, termasuk periklanan, pemasaran langsung, penjualan pribadi, situs web, brosur, perencana acara, pembuat film, organisasi pemasaran destinasi

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



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

(DMO), dan jurnalis (Morgan, Pritchard, & Pride, 2004). Kerjasama tersebut diharapkan dapat memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai lokasi secara tepat sasaran. Misalnya, jika tiga puluh tahun yang lalu kita mungkin dengan mudah melihat produk-produk buatan Jepang, saat ini kita menganggap produk-produk Jepang sebagai jaminan kualitas..

Untuk memfasilitasi branding destinasi, Morgan dan Pritchard (2002) mengusulkan lima langkah dalam proses membangun merek. Riset pasar dan saran strategis adalah yang utama. Menciptakan identitas merek adalah prioritas kedua. Ketiga, memperkenalkan merek (mengkomunikasikan visi) melalui hubungan masyarakat, pemasaran langsung, periklanan, penjualan pribadi, dan cara lainnya. Keempat, agar branding destinasi berhasil, seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam formulasi merek harus terintegrasi melalui eksekusi merek. Kelima, mengawasi, menilai, dan mengkaji (Trisakti et al, 2018).

### 1. Investigasi pasar, analisis dan rekomendasi strategis

Tahap pemetaan potensi pasar. Tahapan pemetaan potensi pasar antara lain mengidentifikasi kebutuhan pengunjung, menganalisis peluang pasar, menciptakan produk sesuai permintaan pasar, dan menentukan nilai produk/jasa.

### 2. Pengembangan identitas merek

Tahapan ini merupakan kegiatan pengembangan identitas merek yang meliputi ekspresi visual merek yang dikomunikasikan kepada dunia luar, serta meliputi nama, logo, tagline. Pada tahap ini dilakukan penelitian menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman destinasi wisata. Segmentasi, targeting dan positioning juga dilakukan untuk menggambarkan brand image suatu daerah yang akan dijadikan destinasi wisata.

### 3. Peluncuran dan pengenalan merek: mengkomunikasikan visi

Tahapan ini merupakan upaya untuk menentukan kepada siapa dan melalui media apa komunikasi merek ditujukan. Peluncuran merek dapat dilakukan melalui berbagai media seperti periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat.

### 4. Implementasi merek

Penerapan merek pada suatu produk merupakan upaya untuk mengintegrasikan seluruh pihak yang terlibat dalam pembentukan suatu merek, sehingga tujuan branding dapat berhasil.



### 2.2.3

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### 5 Observasi, penilaian, dan review

Salah satu cara untuk menggambarkan branding destinasi adalah sebagai strategi bisnis yang bertujuan untuk mengubah persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu tempat untuk menonjolkan fitur uniknya dan meyakinkan mereka untuk memilihnya dibandingkan lokasi lain. menyatakan bahwa merek, nama, logo, simbol, karakter, gambar, warna, nada, jingle, tagline, hashtag, url, dan kata kunci semuanya merupakan bagian dari branding destinasi.

### Konsep *Branding*

Branding berasal dari istilah bahasa Inggris brand yang berarti merek menurut American Marketing Association. Sebuah nama, istilah, simbol, tanda desain, atau kombinasi semuanya dapat dianggap sebagai merek. Merek adalah kesepakatan antara penjual dan produsen untuk terus menawarkan fitur, keunggulan, dan layanan spesifik kepada pelanggan.

Menurut Bilson Simamora (2001:149), merek adalah setiap nama, tanda, kata, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya yang digunakan untuk mengidentifikasi dan membedakan barang atau jasa penjual dari penjual lainnya.

Menurut Kapferer (1997), “Merek bukan sekedar simbol yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya, melainkan seluruh atribut yang muncul dalam benak konsumen ketika memikirkan merek tersebut. Atribut-atribut tersebut merupakan ciri-ciri yang berwujud, tidak berwujud, psikologis, dan sosiologis yang berkaitan dengan produk tersebut”. Atribut-atribut tersebut merupakan ciri-ciri yang nyata, nyata, psikologis, dan sosiologis yang terkait dengan produk”.

Merek adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satu atau sekelompok penjual dan membedakannya dari produk pesaing. Branding merupakan isu sentral dalam strategi produk. Pencitraan merek itu mahal dan memakan waktu, serta dapat menentukan keberhasilan atau kehancuran suatu produk. Nama merek yang baik dapat menambah kesuksesan besar pada suatu produk. Pengemasan adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Pengemasan melibatkan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus suatu produk.

Selama hampir berabad-abad, orang telah menggunakan merek untuk membedakan produk suatu produsen dengan produk produsen

**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 rugikan 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.

lainnya. Tuntutan serikat pekerja abad pertengahan terhadap perusahaan dan pelanggan terhadap kualitas di bawah standar merupakan indikasi pertama penetapan merek di Eropa. Tanda tangan seniman merupakan langkah awal dalam proses branding di dunia seni. Untuk meningkatkan kehidupan konsumen dan nilai finansial, merek saat ini melakukan berbagai tanggung jawab penting.

Pelanggan, baik perorangan maupun organisasi, dapat mengalihkan tanggung jawab kepada produsen atau distributor tertentu dengan menggunakan merek dagang untuk mengidentifikasi sumber atau produsen produk. Tergantung pada bagaimana produk diberi label, konsumen mungkin memiliki pendapat berbeda tentang barang serupa. Pelanggan mengenal suatu merek melalui interaksi mereka sebelumnya dengan barang dan kampanye iklannya. Mereka mempelajari merek mana yang memenuhi dan mana yang tidak memenuhi kebutuhan mereka. Kapasitas merek untuk menyederhanakan pengambilan keputusan dan menurunkan risiko menjadi semakin berguna seiring dengan semakin kompleksnya kehidupan konsumen, kesibukan, dan keterbatasan waktu. Selain itu, merek memiliki tujuan yang bermanfaat bagi bisnis. Pertama, merek mempermudah pelacakan atau penanganan produk. Merek membantu dalam pengorganisasian catatan akuntansi dan inventaris. Selain itu, merek memberikan perlindungan hukum yang kuat untuk kualitas atau atribut khas suatu produk. Paten, kemasan, dan merek dagang terdaftar semuanya dapat digunakan untuk melindungi nama merek, sedangkan hak cipta desain dapat digunakan untuk melindungi teknik manufaktur. Perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari aset berharga dan berinvestasi pada merek dengan cara yang aman berkat hak kekayaan intelektual ini.

**2.2.4****Fungsi Branding**

- a. Sebagai pembeda, barang dengan merek yang sudah kuat akan dengan mudah menonjol dibandingkan barang pesaing.
- b. Promosi dan daya tarik: Konsumen tertarik pada produk dengan merek yang kuat, yang juga membuat promosi menjadi lebih sederhana.
- c. Membangun prestise, citra, kepercayaan diri, dan jaminan kualitas: branding berfungsi untuk menciptakan citra yang membuat suatu produk mudah diingat orang lain.
- d. Karena konsumen sudah mengenal, memercayai, dan mengingat merek yang kuat, pengontrol pasar akan lebih mudah mempertahankan kendali pasar (Mujib dkk, 2020).



## 2.2.5 © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2.2.5 Tujuan Branding

- a. Untuk membentuk persepsi masyarakat.
- b. Membangun rasa percaya masyarakat kepada *brand*.
- c. Membangun rasa cinta masyarakat kepada *brand*.

## 2.2.6 Manfaat Branding

- a. Mudah Dikenali

Memiliki merek akan bermanfaat karena memudahkan calon klien untuk mengidentifikasi perusahaan. Selain itu, masyarakat lebih menyukai produk bermerek dibandingkan produk non-merek. Konsumen percaya bahwa produk tanpa merek memiliki kualitas yang ambigu dan dipertanyakan..

- b. Memilah Produk Satu dengan Lainnya

Ini adalah komponen penting. Branding memiliki keuntungan dalam menawarkan kualitas yang unik dan berfungsi sebagai penanda suatu barang tertentu. Dengan cara ini, ketika pelanggan berinteraksi dengan produk, mereka akan selalu mengingatnya..

- c. Memengaruhi Psikologi Konsumen

Ternyata psikologi konsumen bisa dihipnotis dengan branding. Karena suatu merek akan membuat pelanggan percaya bahwa suatu produk tertentu berkualitas tinggi dan dibuat dengan ahli. Produk yang bermerek akan lebih banyak dimiliki oleh konsumen dibandingkan produk yang tidak bermerek (Mujib et al, 2020).

## 2.2.7 Event

- a. Event

Dalam arti sempit, acara diartikan sebagai pameran, pertunjukan atau festival, dengan syarat ada penyelenggara, peserta, dan pengunjung. Namun dalam arti luas, acara diartikan sebagai suatu periode kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi dengan cara membawa orang-orang ke suatu tempat sehingga memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara. Yang dimaksud dengan acara adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara perseorangan maupun kelompok yang terikat oleh adat, budaya, tradisi dan agama, diselenggarakan dengan tujuan tertentu dan



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

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

melibatkan lingkungan masyarakat, diselenggarakan pada waktu tertentu. (Rahma, 2018).

### b. Jenis-jenis Event

Acara rekreasi, budaya, pribadi, dan organisasi merupakan empat kategori acara (Rahma, 2018). Berikut penjelasannya:

1. Kegiatan Rekreasi. Dalam kegiatan olah raga yang melibatkan persaingan dan menarik banyak orang, jenis acara ini berkembang pesat.
2. Acara Pribadi. Ada yang berpendapat bahwa kategori acara ini lebih sederhana dan mencakup kegiatan bersama teman atau kerabat. Merencanakan pesta pernikahan dan lain-lain merupakan salah satu contoh acara pribadi.
3. Acara Budaya. Merupakan suatu kegiatan yang diapresiasi tinggi dalam masyarakat atau identik dengan kebudayaan. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin pesat, hal ini juga mendorong acara-acara budaya agar dikemas secara lebih estetis dan cukup fleksibel untuk menyesuaikan dengan keadaan dunia modern, sehingga menciptakan perpaduan dan kecocokan yang berkesan.
4. Acara untuk organisasi. Suatu kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi adalah jenis acara yang berlangsung selama acara organisasi. Konferensi yang diadakan di partai politik dan pameran atau pameran yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan atau kelompok untuk mendukung tujuannya adalah contoh format acara organisasi.

### c. Pacu Jalur

pacu jalur yang terbuat dari tongkat kayu digunakan dalam olah raga dayung Pacu Lane di sungai. Bagian utama perahu lebarnya kira-kira 1,3 sampai 1,5 meter, dan panjangnya bisa melebihi 25 sampai 40 meter. Kata "Jalan" berarti "perahu" dalam bahasa Kuantan Singingi. Pacu Lintas merupakan perlombaan dayung khas daerah Kuantan Singingi yang diadakan di lintasan tradisional atau long boat. Lintasan tersebut merupakan event kalender nasional di Kabupaten Kuantan Singingi dan diperlombakan di Bantang Kuantan, khususnya pada perayaan tahunan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. (Oktabertiagus, 2019).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, 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.

pacu jalur Kuantan Taluk menggunakan sistem gugur. Jadi peserta yang kalah tidak diperbolehkan bermain lagi. Sedangkan para pemenang akan bersaing kembali untuk mendapatkan pemenang utama. Selain itu juga menggunakan sistem setengah kompetisi. Dimana setiap tim akan bermain beberapa kali, dan tim yang selalu menang hingga pertandingan terakhir akan menjadi juaranya. Perlombaan yang meriah ini diawali dengan tanda yang cukup unik yaitu dengan membunyikan meriam sebanyak tiga kali. Meriam ini digunakan karena jika menggunakan peluit maka bunyi peluitnya tidak akan terdengar oleh peserta lomba. Karena besarnya arena pacuan kuda dan ramainya penonton yang menonton balapan (Oktabertiagus, 2019).

Kabarnya, acara Pacu Lane merupakan hajatan masyarakat yang ramai. Masyarakat setempat percaya bahwa Pacu Lane adalah hasil jerih payah, keringat, dan aktivitas yang mereka lakukan selama setahun demi menafkahsi hidup. Acara yang ditunggu-tunggu ini dihadiri oleh warga Kuantan Singingi dan kabupaten sekitarnya (Oktabertiagus, 2019).

Penduduk Kuantan Singingi memiliki sejarah panjang dalam mengikuti kompetisi pacu jalur. pacu jalur merupakan produk budaya lama yang mendapat pengakuan luas di wilayah Kuantan. Saat ini, wilayah di sepanjang batang (sungai) Kuantan saat ini dikenal dengan nama Ratau Kuantan. Ibu kota Kabupaten Kuantan Mudik, Lubuk Jambi, berada di hulu, dan Cerenti, ibu kota Kecamatan Cerenti, berada di hilir. Bagi masyarakat Desa Batang Kuantan, kata "jalur" dalam dialek Melayu mempunyai arti yang sangat rancu.. Menurut W.Y.S. Kamus Umum Bahasa Indonesia Poewardarminta Tahun 1966, dialek Melayu yang digunakan warga Rantau Kuantan tidak mempunyai konotasi yang benar-benar sesuai dengan yang dimaksud. Namun, kamus mendefinisikan "jalur" sebagai "Barang Tipis Panjang", yang menunjukkan kaitannya dengan rute yang dimaksud oleh penduduk Kuantan. (Oktabertiagus, 2019).

The Path merupakan praktik budaya yang diwariskan secara turun temurun dalam kehidupan sosial kelompok Kunatan Singingi. Baik secara pribadi maupun sebagai warga desa, jalan tersebut memiliki arti penting bagi masyarakat Rantau Pangean. Oleh karena itu, sebuah dusun tidak ideal jika penduduknya kekurangan transportasi. Selain makna visualnya, jalan setapak merupakan karya budaya yang menggabungkan imajinasi dan kecerdikan. Hal



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ini terlihat pada sejumlah seni budaya di sepanjang jalan, antara lain tari, musik, sastra, dan seni ukir. Oleh karena itu, jalan tersebut dapat dianggap sebagai ikhtiar masyarakat Rantau Pangean pada masa lampau untuk memuaskan kerinduan manusia akan keindahan sekaligus berperan sebagai penikmat keindahan tersebut. Sebaliknya, path spur terdiri dari frasa kecepatan dan jalur. Pacu merupakan perlombaan olahraga dayung atau balap. (Oktabertiagus, 2019).

Dengan demikian, pacu jalur merupakan perlombaan mendayung dengan menggunakan lintasan tradisional yang menjadi ciri khas daerah Kuantan Singingi (Kuansing) yang masih bertahan hingga saat ini. Lomba Dayung (Jalur Pacu) dilaksanakan setahun sekali dalam rangka memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia dan juga menggunakan upacara adat khas daerah Kuansing. Balapan lintasan hanya dilakukan oleh laki-laki berusia antara 15-40 tahun. Setiap tim memiliki antara 40-- 60 anggota (tergantung pada ukuran lintasan). Anggota-anggota suatu barisan disebut pacer, terdiri dari: tukang kayu, concang (komandan, pemberi isyarat), pembuat pinggang (juru mudi), onjai (yang memberi irama pada kemudi dengan cara menggoyangkan badan) dan penari yang membantu pengemudi onjai memberikan tekanan yang seimbang agar lintasan jungkat-jungkit teratur dan berirama (Oktabertiagus, 2019).

### Pariwisata

Pertumbuhan ekonomi yang pesat dihasilkan oleh sektor pariwisata, yang meningkatkan standar hidup, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan produktivitas bidang lainnya. Karena mencakup industri terkait termasuk kerajinan tangan, suvenir, penginapan, dan transportasi, sektor pariwisata dipandang sebagai sektor yang rumit (Vatrindes dkk, 2018). Dalam definisi Kodhyat yang lebih luas, pariwisata diartikan sebagai perjalanan sementara yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam upaya mencapai keselarasan dan kepuasan terhadap lingkungan dari segi sosial, budaya, alam, dan ilmu pengetahuan..

Dengan banyaknya elemen yang berbeda ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya pariwisata adalah aktivitas rumit yang dapat dilihat sebagai suatu sistem yang luas. Ketika mempertimbangkan pariwisata sebagai suatu sistem, tidak mungkin memisahkan analisisnya dari subsistem lain, termasuk politik, sosial



ekonomi, budaya, dan sebagainya. Terdapat hubungan yang saling bergantung dan terkait (interconnectedness) antar subsistem tersebut. Mengakui pariwisata sebagai suatu sistem menunjukkan bahwa banyak aktor yang terlibat dan berkontribusi terhadap kemajuan sistem.. Para pelaku iniindividu dan kelompok yang bekerja di berbagai bidang yang terkait dengan pariwisata juga dikenal sebagai orang-orang pariwisata. Orang-orang yang bekerja di bidang pariwisata seringkali dibagi menjadi tiga kelompok utama: (1) masyarakat, (2) sektor bisnis, dan (3) pemerintah. Masyarakat umum di suatu destinasi atau tempat wisata disebut sebagai pilar komunitas karena mereka lah pemilik sah berbagai sumber daya yang membentuk modal pariwisata, misalnya budaya. Ini termasuk individu publik, pemikir, media, dan kelompok non-pemerintah. Pilar ketiga adalah pilar swasta yang terdiri dari para pengusaha dan kelompok usaha yang bergerak di bidang pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung. (Saputra et al, 2024).

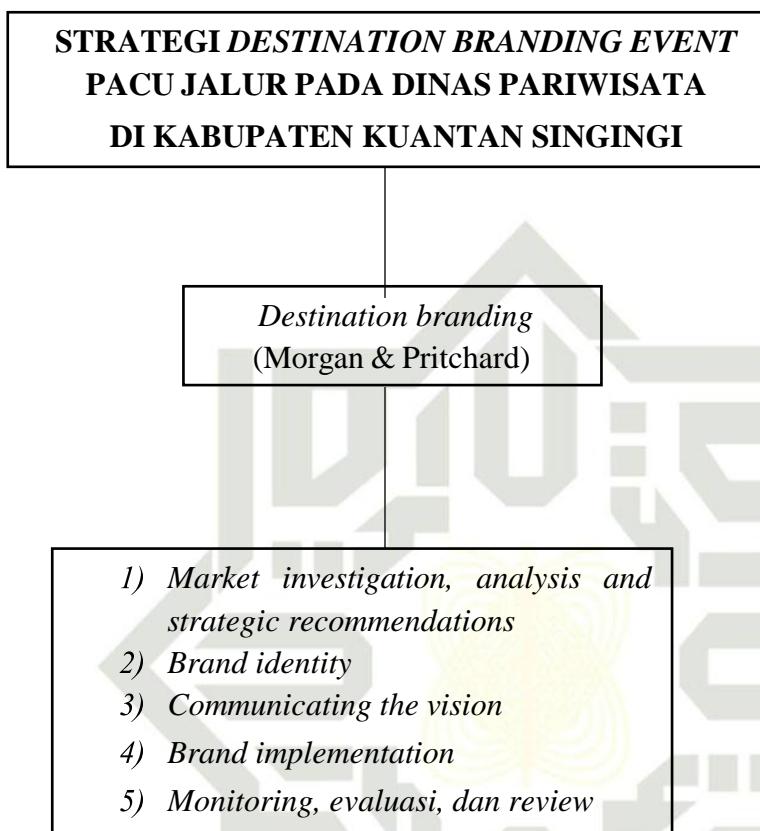
### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan bentuk proses dari keseluruhan proses penelitian. Kerangka berpikir digunakan untuk mengukur variabel. Indikator melestarikan ajang balap lintasan sebagai branding destinasi wisata Kuantan. Berikut gambaran kerangka penelitian pelestarian event balap lintasan sebagai branding destinasi wisata Kuantan

**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.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



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

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

### 3.3

#### Sumber Data Penelitian

Berikut strategi pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

##### Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang disediakan oleh The First Hand Information berupa dokumen asli yang dikumpulkan dari kondisi sebenarnya pada saat peristiwa itu terjadi. Di dalam Penelitian

**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.

ini merupakan hasil wawancara terhadap staf Dinas Pariwisata/Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi, tokoh masyarakat, atlet Pacu Lintas, dan wisatawan.

Dalam proses pengumpulan data primer, peneliti menggunakan informan untuk menjawab pertanyaan yang relevan. Informan ini adalah orang-orang yang terlibat dalam “proses adaptasi budaya”. Peneliti memilih informan dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu memilih individu yang paling mengetahui topik yang diteliti dan mampu menjelaskan permasalahan dengan jelas.

Orang yang memberikan informasi harus berpengalaman dalam masalah yang sedang diselidiki. Orang-orang ini disebut sebagai “informan” dalam konteks penelitian ini.

**Tabel 3.1 - Informan Penelitian**

No	Nama Informan	Jabatan
1.	Andri Meiriki, SP. ME	Kabid Kebudayaan
2.	Afri Elfira, S. Sos	Kabid Pemasaran dan Ekraf
3.	Masfar	Masyarakat
4.	Beni Syaputra	Peserta Pacu Jalur
5.	Elta Andea	Wisatawan
6.	Puji Oktaliani Putri	Wisatawan

#### Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil secara tidak langsung, data ini biasanya diambil dari dokumen laporan, karya tulis orang lain, majalah, surat kabar atau arsip lainnya sebagai bahan penelitian pelengkap.

Dengan metode pengumpulan data ini, peneliti diharapkan dapat mengumpulkan informasi yang diperlukan dengan memanfaatkan data primer (diperoleh langsung dari sumber primer) dan data sekunder (dari data yang sudah ada sebelumnya).



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

### 3.4

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian lapangan merupakan salah satu komponen penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti kali ini meliputi observasi, dokumentasi, dan wawancara.

#### a. Wawancara mendalam (*indepth interview*)

“Pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui pertanyaan dan tanggapan, sehingga terjadi komunikasi pertemuan mengenai suatu topik tertentu,” begitulah Esterberg mendefinisikan wawancara, sebagaimana dikutip oleh Sugiyono.” (Sugiyono, 2005)

#### Observasi (pengamatan)

Salah satu teknik pengumpulan data adalah observasi, yang melibatkan pengamatan dan pendokumentasian gejala-gejala yang diselidiki secara metodis (Supardi, 2006). Menggunakan panca indera penglihatan, dan pendengaran (bservasi) merupakan proses pengumpulan data untuk permasalahan pembelajaran (Rijali, 2019). Observasi dapat digunakan untuk menjelaskan dan memahami perilaku suatu objek, atau dapat digunakan untuk sekadar menentukan seberapa sering suatu kejadian terjadi.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kombinasi penggunaan data primer dan sekunder dalam penelitian kualitatif memberikan perspektif yang kaya dan komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Data primer menawarkan pandangan langsung terhadap subjek penelitian, sedangkan data sekunder memberikan wawasan yang lebih luas dari penelitian atau sumber data yang ada. Dengan memanfaatkan kedua jenis data tersebut, peneliti dapat memberikan analisis yang lebih mendalam dan konteks yang lebih kaya dalam penelitian kualitatif.

Untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan terkait, peneliti mempekerjakan informan selama prosedur pengumpulan data. Partisipan dalam “proses adaptasi budaya” adalah para informan tersebut. Dengan menggunakan strategi sampel purposif, peneliti memilih informan dengan memilih orang-orang yang paling berpengetahuan tentang subjek yang diselidiki dan dapat menjelaskan permasalahannya dengan jelas.

Orang yang memberikan informasi harus berpengalaman dalam masalah yang sedang diselidiki. Orang-orang ini disebut sebagai “informan” dalam konteks penelitian ini.



### c. Dokumentasi

Foto-foto yang diambil di tempat latihan, beserta buku terkait, peraturan, dan laporan kegiatan, digunakan untuk mengumpulkan data untuk dokumentasi (Riadini dkk, 2024).

### Validasi Data

Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat validitas atau validitas suatu instrumen. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen mungkin valid untuk tujuan tertentu, namun belum tentu valid untuk tujuan lain. Suatu instrumen mungkin valid untuk satu kelompok responden tertentu, namun belum tentu valid untuk responden lainnya. Suatu instrumen bisa saja valid bagi satu kelompok responden dengan latar belakang budaya tertentu, namun belum tentu valid bagi kelompok responden lain yang berlatar belakang budaya lain. Jadi suatu instrumen dirancang untuk tujuan tertentu, keputusan mengenai validitasnya hanya dapat dievaluasi atau dipertimbangkan untuk tujuan tersebut (Barlian, 2018).

Dalam penelitian ini keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah metode analisis data yang mensintesis data dari berbagai sumber. Metodologi ini berguna dalam situasi di mana respons cepat diperlukan atau tersedia data untuk menjawab pertanyaan tertentu (Susantom dkk, 2023).

Triangulasi adalah teknik yang melibatkan penggunaan berbagai metode, sumber data, atau perspektif untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Tujuan triangulasi adalah untuk mengkonfirmasi atau melengkapi temuan dari berbagai sumber atau perspektif, sehingga meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Triangulasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti triangulasi metode, triangulasi sumber data, atau triangulasi perspektif (Rifa'i, 2023).

### 3.6 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman (1984) menyatakan kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga selesai, sehingga data menjadi jenuh. Ukuran kejemuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya data lanjutan atau informasi baru. Kegiatan dalam analisis meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Abdussamad, 2021).

Dalam teknik analisis data, peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dalam pengolahan data sebagai berikut:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 3.5

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

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

- b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



## 1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola. Dengan cara ini, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

Reduksi data akan memberikan gambaran yang lebih spesifik dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya dan mencari data tambahan jika diperlukan. Ketika peneliti berada di lapangan dalam jangka waktu yang lebih lama, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Oleh karena itu, penting untuk melakukan reduksi data agar tidak terjadi penumpukan data yang dapat menghambat analisis data yang akan dilakukan nantinya.

Dalam penelitian ini kami meminimalisir data dengan memusatkan pada hasil yang selaras dengan permasalahan penelitian yaitu Strategi Destination Branding Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singgingi untuk Event Pacu jalur.

## 2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah penyusunan informasi dalam bentuk terstruktur, yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan menampilkan data maka akan lebih mudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Penyajian data yang baik merupakan langkah penting dalam mencapai analisis kualitatif yang valid. Dalam menyajikan data tidak sekedar deskripsi naratif saja, namun juga melibatkan proses analisis yang berkesinambungan hingga mencapai kesimpulan.

Pada tahap ini peneliti akan menyajikan data-data yang diperoleh selama penelitian, data tersebut merupakan hasil reduksi data yang telah difokuskan pada topik penelitian.

### Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan adalah hasil dari informasi baru yang belum ditemukan sebelumnya. Penemuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya ambigu atau tidak mudah terlihat. Penelitian membuat subjek lebih mudah dipahami dan transparan. Karena penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan terus berkembang selama peneliti berada di lapangan, maka kesimpulan-kesimpulannya selanjutnya dapat menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan sejak awal.



© 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.

Ini adalah fase terakhir dari proses penelitian, dimana kesimpulan diambil dengan menggunakan semua bukti yang telah dikumpulkan. Untuk menemukan dan memahami makna, pola, penjelasan, keterkaitan sebab-akibat, atau proposisi yang muncul dari data maka dilakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Prosedur analisis data diakhiri dengan langkah penarikan kesimpulan ini. Selain itu, langkah terakhir dalam pengolahan data adalah membuat kesimpulan.

Peneliti menarik temuan akhir pada tahap ini, dengan menggunakan data penelitian yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Kesimpulan tersebut dapat menjawab rumusan masalah yang telah peneliti hasilkan.



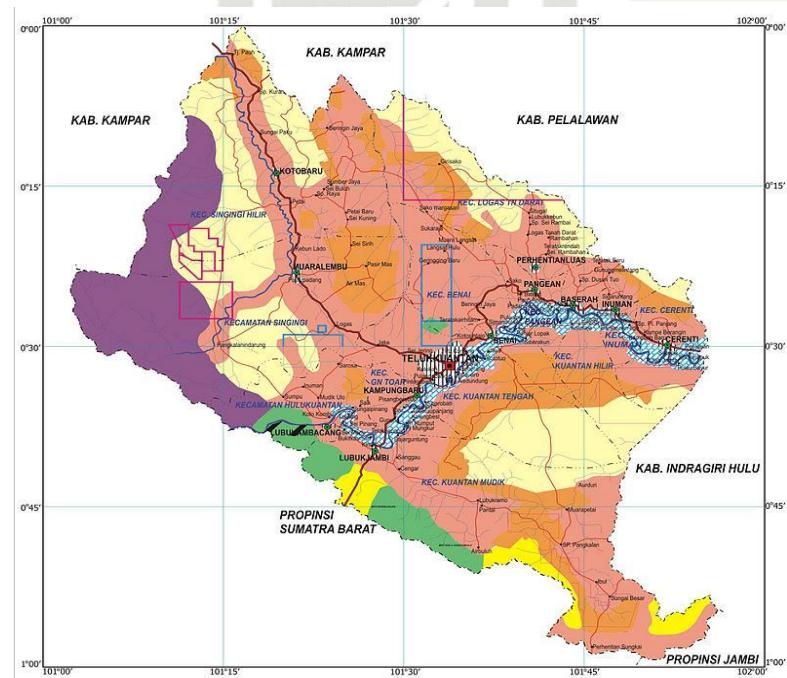
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

#### Kabupaten Kuantan Singingi

Kabupaten Kuantan Singingi merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang beribukota di Teluk Kuantan. Kabupaten Kuantan Singingi secara geografis, geokonomi dan geopolitik terletak pada jalur tengah lintas Pulau Sumatera dan berada di bagian selatan Provinsi Riau, dengan posisi  $0^{\circ} 0' 0''$  Lintang Utara sampai dengan  $1^{\circ} 0' 0''$  Lintang Selatan dan antara  $101^{\circ} 0' 0''$  sampai dengan  $101^{\circ} 55'$  Bujur Timur. Luas wilayah Kabupaten Kuantan Singingi  $+_{-} 7.656$  km<sup>2</sup> (763.603 Ha) atau 7,81% (Husna, 2021).



Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi

Berdasarkan letak geografisnya, Kabupaten Kuantan Singingi mempunyai batas wilayah : Utara – Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan, Selatan – Provinsi Jambi, Barat – Provinsi Sumatera Barat, Timur – Kabupaten Indragiri Hulu.

Kabupaten Kuantan Singingi terdiri dari 15 kecamatan, yaitu Kuantan Mudik, Hulu Kuantan, Gunung Toar, Pucuk Rantau, Singingi, Singingi Hilir, Kuantan Tengah, Sentajo Raya, Benai, Pangean, Kuantan Hilir, Kuantan Hilir Seberang, Inuman, dan Cerenti. Wilayah Kabupaten Kuantan Singingi pada mulanya merupakan beberapa kecamatan di bawah Kabupaten Indragiri Hulu.



Kabupaten Indragiri Hulu dimekarkan menjadi Kabupaten Indragiri Hulu dan Kuantan Singgingi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999. Dengan lima belas kecamatan, Kuantan Singgingi kini menjadi kabupaten tersendiri Trida (2022).

Pemisahan antara Ibukota Kabupaten:

1. Teluk Kuantan - Lubuk Jambi : 22 km
2. Teluk Kuantan - Lubuk Ambacang : 33 km
3. Teluk Kuantan - Kampung Baru : 10 km
4. Teluk Kuantan - Pangkalan : 70 km
5. Teluk Kuantan - Muara Lembu : 35 km
6. Teluk Kuantan - Koto Baru : 52 km
7. Teluk Kuantan - Koto Sentajo : 8 km
8. Teluk Kuantan - Benai : 10 Km
9. Teluk Kuantan - Baserah : 36 km
10. Teluk Kuantan - Koto Rajo : 45 km
11. Teluk Kuantan - Pangean : 30 km
12. Teluk Kuantan - Perhentian Luas : 48 km
13. Teluk Kuantan - Cerenti : 60 km
14. Teluk Kuantan - Inuman : 47 km

Menurut Kunasing.go.id Dengan suhu rendah tahunan berkisar antara 25,57 hingga 498,70 derajat Celcius dan suhu tinggi antara 32,60 hingga 36,50 derajat Celcius, Kabupaten Kuantan Singgingi umumnya memiliki lingkungan tropis.

## Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi

### 4.2.1 Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi

Dinas Seni dan Budaya Pariwisata merupakan nama asli Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi. Akibat belum adanya struktur kantor khusus Pemerintah Daerah Kabupaten Kuantan Singgingi hingga tahun 2007, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengalami lima kali relokasi kantor (Lestari, 2021).

Alamat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi pada tahun 2002 sampai dengan tahun 2007 adalah:

- 1) Desa Sawah Taluk Kuantan pada Tahun 2002-2003
- 2) Desa Koto Taluk Kuantan pada tahun 2003-2004
- 3) Kelurahan Simpang Tiga Taluk Kuantan pada tahun 2004-2005



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

#### 4.2.2 Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

##### 1. Visi

Untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan harus mampu eksis, proaktif, produktif, dan kreatif dalam menjawab tantangan tugas ke depan. Inilah pandangan jauh ke depan dari visi pembangunan pariwisata yang dibahas dalam konsep ini.

Kualitas dan kuantitas daya tarik wisata diharapkan mampu menarik wisatawan, baik lokal, domestik (Wisnu), maupun mancanegara (wisatawan). Sebab, pengembangan pariwisata di Kabupaten Kuantan Singgingi harus difokuskan untuk meningkatkan perekonomian daerah (Syahreza, 2022).

Dalam ungkapan Visi di atas, tekandung makna :

1. Suatu bangsa dikatakan berbudaya apabila warga negaranya sadar dan menghormati nilai-nilai budaya setempat serta mengikuti norma-norma sosial yang telah lama diwariskan oleh nenek moyang.
2. Daya Tarik Wisata, Khususnya Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009, Destinasi Pariwisata adalah suatu lokasi geografis yang terletak dalam satu atau lebih wilayah administratif yang mempunyai fasilitas umum, fasilitas pariwisata yang dapat diakses, daya tarik wisata, dan komunitas yang menunjang dan meningkatkan daya tarik wisata. industri pariwisata.
3. Dengan datangnya wisatawan diharapkan terbukanya peluang ekonomi/lapangan kerja bagi masyarakat, serta peningkatan pendapatan daerah yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Kuantan Singgingi.
4. Pengembangan obyek wisata tidak boleh bersifat wisata, tidak boleh bertentangan dengan agama dan budaya.

- 4) Kantor Wisma Jalur pada tahun 2005-2007 (Lestari, 2021).

Salah satu perangkat Dinas Pemerintah Kabupaten Kuantan Singgingi Provinsi Riau adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi. Segala sesuatu yang berkaitan dengan pariwisata dan kebudayaan, termasuk berkembangnya festival Pacu Lane di Kabupaten Kuantan Singgingi, menjadi kewenangan lembaga ini (Prada, 2021)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**2. Misi**

1. Meningkatkan jumlah tenaga kerja di industri pariwisata yang mampu mengelola potensi seni, budaya, dan alam terkini baik destinasi maupun barang domestik maupun internasional.
2. Mengkaji, membangun, mengembangkan, dan melestarikan potensi wisata Kuantan Singingi secara berkelanjutan dan terencana
3. Mengiklankan secara luas wisata menyanyi Kuantan dalam skala regional, nasional, dan dunia.
4. Membuat dan melaksanakan aturan-aturan yang berkaitan dengan industri pariwisata yang memaksimalkan pendapatan daerah dengan tetap menjaga pengawasan dan ketertiban. (Putra, 2024).

**4.3 Tupoksi dan Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi****4.3.1 Tugas Pokok dan Fungsi**

Berikut tanggung jawab dan fungsi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi pada Dinas Kebudayaan (Sander, 2019), Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga:

1. Kepala Bagian membawahi industri pariwisata dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.
2. Membantu Kepala Dinas dalam penyusunan dan pelaksanaan kebijakan teknis, serta di bidang pengembangan objek dan kegiatan pariwisata, pemasaran dan promosi pariwisata, serta sarana dan prasarana pariwisata, merupakan tanggung jawab kepala bidang pariwisata..
3. Kepala Divisi melaksanakan peranan dengan melaksanakan tanggung jawab sebagaimana dimaksud pada ayat (2).
  - a. Menyusun pedoman teknis pengembangan daya tarik dan kegiatan wisata, pemasaran dan promosi perjalanan wisata, serta prasarana dan sarana yang berkaitan dengan pariwisata
  - b. membuat rencana program dan anggaran untuk bidang-bidang ini
  - c. Mengorganisasikan bagaimana tanggung jawab yang berkaitan dengan penciptaan atraksi dan kegiatan wisata, pemasaran dan promosi, pariwisata, infrastruktur, dan amenitas dilaksanakan
  - d. Kepala Dinas menugaskan tugas lain sesuai dengan fungsinya



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

- e. Mengkoordinasikan pengelolaan pengembangan objek dan kegiatan wisata, promosi pemasaran pariwisata, sarana dan prasarana pariwisata;
- f. melaksanakan pembinaan, pengawasan, pengembangan, evaluasi, dan perintisan di bidang pengembangan objek dan kegiatan wisata, promosi, sarana dan prasarana pariwisata;
4. Kepala bidang bertugas melakukan analisa dan pengkajian terhadap bahan-bahan yang disampaikan bawahan untuk menjadi bahan pertimbangan pimpinan, serta bahan-bahan atau arahan dari atasan agar dapat diperjelas dan dijadikan pedoman, sebagai bagian dari tugas tersebut pada ayat (3) oleh bawahan dalam menyelesaikan tugas
5. Kepala Seksi membantu kepala sektor pariwisata dalam melaksanakan tanggung jawab sebagaimana dimaksud pada ayat (2);
6. Bagian sebagaimana dimaksud pada ayat (5) terdiri atas:
  - a. Seksi Pengembangan Objek dan Kegiatan Pariwisata;
  - b. Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata; dan
  - c. Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata.

#### 4.3.2 Struktur Organisasi

Bab III khusus Pasal 3 Peraturan Bupati Kuantan Singgingi Nomor 34 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgingi memuat peraturan yang mengatur tentang struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Putra), , 2021). Susunan organisasi Departemen Pariwisata dan Kebudayaan terdiri atas:

1. Kepala Dinas;
2. Sekretariat, membawahkan:
  - a. Sub Bagian Umum
  - b. Sub Bagian Program
  - c. Sub Bagian Keuangan
3. Bidang Destinasi Pariwisata, membawahkan:
  - a. Seksi Daya Tarik dan Kawasan Strategis Pariwisata
  - b. Seksi Pembinaan Usaha dan Jasa Pariwisata
  - c. Seksi Pengelolaan Destinasi Pariwisata.
4. Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif Pariwisata, membawahkan:
  - a. Seksi Pemasaran Pariwisata
  - b. Seksi Ekonomi Kreatif dan Hak Kekayaan Intelektual

**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.

- c. Seksi Sumber Daya Pariwisata
- 5. Bidang Kebudayaan, membawahkan:
  - a. Seksi Pengelolaan Kebudayaan
  - b. Seksi Pelestarian Kebudayaan
  - c. Seksi Pembinaan Lembaga Adat
- 6. Bidang Kesenian Tradisional, Sejarah dan Cagar Budaya, membawahkan:
  - a. Seksi Kesenian Tradisional
  - b. Seksi Sejarah Permuseuman
  - c. Seksi Cagar Budaya.

**4. Latar Belakang dan Perkembangan Pacu Jalur**

Dikutip dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023) Pacu jalur merupakan tradisi turun temurun yang diturunkan selama lebih dari 100 tahun oleh nenek moyang masyarakat Kuansing.

Pada abad ke-17, jalur merupakan sarana transportasi utama masyarakat desa di Rantau Kuantan, yaitu kawasan sepanjang Sungai Kuantan yang terletak antara Kecamatan Hulu Kuantan di hulu dan Kecamatan Cerenti di hilir. Saat itu, transportasi darat belum berkembang. Alhasil, jalur tersebut justru dijadikan sebagai sarana transportasi dan transportasi penting bagi warga desa, terutama sebagai sarana pengangkut hasil pertanian seperti pisang dan tebu, serta berfungsi untuk mengangkut sekitar 40 orang (Intansari, 2024).

Namun hampir dapat dipastikan Jalur Pacu sudah dikenal oleh penduduk kawasan ini setidaknya pada tahun 1900 dan pada tahun tersebut penduduknya kebanyakan berlomba dengan perahu-perahu besar yang biasa digunakan sebagai alat transportasi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan Pacu Lane diadakan di desa-desa sepanjang Batang Kuantan untuk memperingati dan merayakan berbagai hari besar Islam, seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Idul Fitri, memperingati Tahun Baru Islam (1 Muharram), dan lain sebagainya. Saat itu beberapa desa tidak memberikan hadiah bagi garis kemenangan. Namun setelah lomba biasanya diakhiri dengan makan bersama dengan makanan tradisional setempat seperti: konji, godok, lopek, paniaram, lida kambiang, buah golek, buah malako, dan lain sebagainya (Risman, dkk, 2023)

Pada masa berikutnya dikenal jalan setapak yang bermotif kepala binatang dengan ukiran, misalnya berbentuk kepala ular, kepala buaya, kepala naga dan lain sebagainya. Artinya bentuk fisiknya telah berubah. Lintasannya dihiasi dengan bentuk melengkung pada haluan dan pada kemudi atau sarungnya. Baik muatan maupun panjangnya tidak jauh berbeda dengan rute yang diketahui sebelumnya. Namun bentuk Jalan



tersebut mempunyai nilai seni yang berkembang sesuai selera dan kebutuhan masyarakat pada saat itu (Susriantio, 2018).

Jenis jalur ini dapat memiliki dua tujuan. Kendaraan ini berfungsi sebagai transportasi bagi para pembesar adat, pemimpin adat, dan datuk-datuk, atau bangsawan lainnya, selain digunakan untuk balap pada hari-hari besar. Selain itu dimanfaatkan untuk upacara pembukaan pacuan kuda. Gang biasanya dihias jika digunakan untuk tujuan ini. Jalan tersebut mengalami perkembangan yang signifikan selama ini, jika kita bandingkan dengan Jalan dalam bentuk aslinya. Secara keseluruhan, bentuk fisik jalur tersebut terkesan panjang dan memanjang. Kemudinya cukup panjang dan memiliki selembar yang berfungsi sebagai tempat menggantungnya onai (pengendali irama pada kemudi). Profilnya agak ramping dan memiliki busur panjang yang telah diukir. Jalan setapak jenis ini diyakini pertama kali ada sekitar tahun 1903. Selain itu, pemanfaatan unsur mistik dimulai pada masa tersebut. Setiap jalan mempunyai dukun atau pawang. Tentu saja, hal ini sesuai dengan perkembangan pikiran manusia mereka terus-menerus ingin bersaing demi meraih kemenangan. Masyarakat percaya bahwa menggunakan unsur supranatural adalah jalan pintas yang paling sederhana. Kehidupan Sang Jalan, yang diperlakukan saat ini, terkait erat dengan kemampuan magis ini. (Susriantio, 2018).

Ada perayaan besar-besaran ulang tahun Ratu Wilhelmina setiap tanggal 31 Agustus yang dirayakan Belanda dengan menggunakan landasan pacu. Setiap tahunnya, datangnya perayaan ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat Kuantan yang menganggapnya sebagai awal tahun baru. Oleh karena itu, warga Kuantan sering menyebut festival lomba Lane era Belanda dengan sebutan "Tambaru", yang merupakan akronim dari "Tahun Baru". Rute ini telah berkembang seiring waktu sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat dan visi kreatif para pengrajin. Dalam hubungan tersebut dapat dikatakan bahwa bentuk Jalan berkembang sesuai dengan inspirasi yang muncul dalam diri masing-masing pengrajin, sehingga dapat menghasilkan suatu karya seni yang hebat. Baik bentuk maupun kualitas produksi Line semakin berkembang, bentuknya semakin ramping dan artistik. Berdasarkan pengalaman yang cukup panjang, bentuk lintasan yang baik relatif memberikan peluang untuk meraih kemenangan, memang setiap kemenangan tidak hanya bersumber dari bentuknya saja, karena masih banyak faktor lain yang mendukungnya seperti kualitas kayu., jenis kayu, teknik balap, rasa persatuan yang kuat. dan kompak serta unsur lainnya seperti saran dari penonton masing-masing desa (Susriantio, 2018).

Rute ini telah berkembang seiring waktu sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat dan visi kreatif para pengrajin. Dapat dikatakan bahwa

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Hak Cipta**

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



dalam interaksi ini, bentuk jalur berkembang sesuai dengan inspirasi yang dialami setiap pengrajin, sehingga menghasilkan sebuah karya seni yang megah. Kualitas dan bentuk pembuatan jalan meningkat; yang pertama menjadi lebih ramping dan kreatif. Menurut pengalaman yang luas, bentuk lintasan yang bagus secara komparatif meningkatkan peluang Anda untuk menang; Namun, setiap kemenangan bukan semata-mata karena bentuknya; justru didukung oleh berbagai elemen lain, antara lain jenis dan kualitas kayu, teknik balap, dan rasa persatuan yang kuat. dan diringkas, beserta komponen tambahan seperti rekomendasi dari masing-masing khalayak desa. (Susrianto, 2018)

Untuk merayakan hari besar Islam, Pacu Lane pertama kali dipentaskan di desa-desa sekitar Sungai Kuantan. Namun seiring berjalaninya waktu, Pacu Lane akhirnya dijadikan tuan rumah untuk memperingati Hari Kemerdekaan Republik Indonesia. Saat ini, Pacu Jalan menjadi perayaan nasional. Alhasil, Jalan Pacu terjadi pada Agustus mendatang. Salah satu cara untuk mencirikan kota Jalan pada hari Jalan Pacu adalah sebagai lautan manusia. Ada kemacetan lalu lintas di mana-mana, dan orang-orang dari luar negeri akan kembali hanya untuk menyaksikan acara ini. Arena pacuan kuda biasanya dapat menampung lebih dari 100 orang. Penduduk setempat mengklaim bahwa lintasan tersebut adalah "perahu besar" yang dapat menampung 45–60 pendayung (pembalap) dan terbuat dari kayu melingkar tanpa sambungan. Tujuan dari turnamen yang konon sudah berlangsung sejak tahun 1903 ini adalah untuk menarik pengunjung dari dalam dan luar negeri ke Riau, khususnya ke Kabupaten Kuantan Singgingi.

Menurut Kuansing g.id (2018), tarian budaya lokal asli Kuantan Singgingi Riau kini patut dinantikan dan diapresiasi, lengkap dengan kostum yang semarak, suara gemuruh meriam, dan sorak-sorai penyemangat saat perlombaan dimulai.

#### **4.5 Keunikan Pacu Jalur**

Wilayah Kuantan Singgingi (Kuansing) di Provinsi Riau merupakan tempat diselenggarakannya perlombaan dayung tradisional yang dikenal dengan Pacu Lintas, yang masih kuat dan berkembang. Pada ajang Anugerah Pesona Indonesia (API), Pacu Jalur Kuantan Singgingi yang bersejarah benar-benar dinobatkan sebagai destinasi wisata terpopuler di Indonesia.

Perahu yang digunakan dalam lomba dayung ini adalah perahu kayu gelondongan yang oleh penduduk setempat disebut jalur. Hanya pria berusia antara 15 dan 40 tahun yang dapat berpartisipasi dalam tim Kuantan Taluk

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

Lane Pacu. Hebatnya, panjang perahu bisa mencapai 25 hingga 40 meter, dengan lebar bagian tengahnya kira-kira 1,3 hingga 1,5 meter. Tergantung pada panjang perahu, 50–60 orang bertugas sebagai perintis selama perlombaan dayung ini.

Dikutip dari Kemenparekraf (2023) Satu lajur mampu menampung 50-60m orang (anak lomba), dan setiap orang yang berada di perahu mempunyai tugasnya masing-masing. Baik itu Perajin Concang yang bertugas sebagai panglima atau pemberi isyarat, Perajin Pinggang yang bertugas sebagai juru mudi, Perajin Onjai yang bertugas sebagai pemberi irama dengan menggoyangkan badannya dan terakhir Perajin Tari atau Anak Coki yang posisinya paling depan. Selain para pemain dalam kompetisi, Pacu Lane juga memiliki wasit dan juri yang memimpin kompetisi dan menentukan pemenangnya.

Pacu jalur merupakan puncak dari segala kegiatan, segala usaha, dan segala keringat yang mereka keluarkan untuk mencari nafkah selama setahun. Biasanya sebelum lintasan dimulai, diawali dengan upacara sakral dan magis yang dilakukan oleh pawang lintasan. Biasanya pembukaan kegiatan budaya balap lintasan yang diadakan masyarakat Kuantan Singingi cukup meriah. Masyarakat setempat ternyata menyaksikan peristiwa yang sudah lama ditunggu-tunggu tersebut.



Gambar 4.2 Tukang Tari  
Sumber : Internet

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islami  
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.



Gambar 4.3 Tukang Timbo

Sumber : Internet



Gambar 4.4 Tukang Onjai

Sumber : Internet

#### **4.6 Solidaritas Masyarakat Terhadap Pacu Jalur**

Solidaritas masyarakat di jalur kayu maelo, maelo atau manarik merupakan salah satu tahapan penting dalam tradisi balap jalur. Kegiatan ini dilakukan setelah kayu yang akan dibuat jalan setapak ditebang. Mengingat ukuran dan panjang kayunya, maka diperlukan tenaga manusia yang besar untuk menarik atau memutarnya. Oleh karena itu, kekompakan masyarakat dalam suatu desa sangat diperlukan agar kiprah MaeLo dapat berjalan dengan sukses. Jalur menarik (maelo) sudah menjadi tradisi yang melekat dan mendarah daging bagi masyarakat Kuantan Singingi. Bahkan, tradisi ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat, khususnya generasi muda baik laki-laki maupun perempuan (Suryono et al, 2022).



Dahulu, kayu yang telah dibentuk dan terlihat jelas bentuk garisnya digambarkan sebagai pengganti kayu bergaris. Alhasil, sebagian pembangunan jalur di dalam hutan sudah rampung. Hal ini dikarenakan cukup berat untuk menarik batang kayu tersebut berputar-putar. Untuk memberikan bentuk lintasan pada kayu lintasan dan membuatnya lebih ringan untuk ditarik, diperlukan pengolahan. Saat ini ada dua model yang digunakan masyarakat; (1) sebagian pekerjaan pembuatan jalan setapak dilakukan di hutan, sehingga yang dipanen adalah kayu-kayu yang sudah berbentuk jalan setapak atau jalan setengah jadi, dan (2) seluruh pekerjaan pembuatan jalan setapak dilakukan di desa. , dan yang diambil dari hutan sebenarnya adalah kayu-kayu gelondongan yang akan dijadikan jalan setapak. Sebab, aktivitas pengangkutan kayu dari jalur menuju desa sudah menggunakan alat berat. Meski begitu, tradisi maelo tetap dijalankan, yaitu mencabut kayu dari hutan hingga ke pinggir jalan raya. Setelah sampai di pinggir jalan raya, kayu tersebut diangkut menggunakan alat berat menuju desa. Masyarakat menyewa alat berat atau juga dibantu oleh perusahaan (Suryono et al, 2022).

Hampir setiap orang yang tinggal di banjar atau desa pasti mengikuti hobi maelo ini. Hal ini disebabkan tingginya kebutuhan energi pada aktivitas maelo. Khususnya di kalangan anak muda (perempuan dan lajang), kegiatan ini sangat dinanti dan disukai. Saat melakukan aksi maelo ini, kekasih seorang bujangan biasanya membawakannya nasi agar bisa makan bersama. Selain itu, mereka bisa menarik tali atau berdekatan satu sama lain di maelo. Mereka sering kali terjatuh berdekatan satu sama lain ketika tali pemanjatnya putus. Orang lain bisa tertawa dan terhibur dengan hal ini, sehingga tubuh tidak menjadi lelah. Apalagi acara-acara tersebut penuh dengan humor berupa candaan dan komentar-komentar cerdik yang pastinya akan membuat orang tertawa. Karena mempertemukan remaja putra dan putri, kegiatan ini juga sesekali dijadikan ajang mencari jodoh (Juniarti, 2022).

Kohesi sosial masyarakat terlihat pada tradisi Maelo. Mereka bisa bersatu untuk melakukan aksi mencabut jalur kayu karena adat Maelo. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jalan setapak merupakan salah satu hasil budaya masyarakat Kuantan Singingi yang membantu meningkatkan tali silaturahmi antar anggota masyarakat. Menurut Durkheim, solidaritas seperti ini dikenal dengan istilah solidaritas mekanik. Anggota masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan ini secara sukarela dan sadar. Mereka memahami bahwa karena desa mereka memiliki kegiatan ini secara kolektif, maka sudah menjadi tugas mereka untuk memastikan keberhasilannya (Juniarti, 2022).

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



Solidaritas sosial di masyarakat terlihat jelas dalam kegiatan ini, dimana setiap anggota masyarakat mengorbankan waktu, materi dan tenaga untuk mensukseskan kegiatan ini. Saat maelo, anggota masyarakat bersama-sama masuk ke dalam hutan untuk menebang kayu untuk jalan setapak atau jalan setapak yang setengah jadi. Kegiatan ini dipimpin oleh dukun lintasan dan juga pengelola lintasan. Dukun jalur dan pengelola rute menetapkan hari pelaksanaan maelo, dan masyarakat desa pun mengikutinya. Lintasan pacu bagi masyarakat Kuantan Singingi tidak hanya sekedar perlombaan yang rutin digelar, namun juga berkaitan dengan gengsi bagi masyarakat. Hasilnya, warga desa dengan antusias mendukung semua inisiatif pembuatan jalan. Demikian pula, anggota komunitas akan hadir selama pertandingan untuk memberikan dukungan. Selain masyarakat lokal, warga pendatang di desa tersebut juga memberikan bantuan (Juniarti, 2022).

Bagi penduduk lokal, rute merupakan hal yang sangat berharga, sehingga desa yang tidak memiliki rute adalah sebuah aib. Setiap kota berupaya menawarkan jalan yang memungkinkan mereka bangga dengan komunitasnya. Selain itu, jalan tersebut dianggap sebagai anugerah bagi dusun dan tanda persatuan komunal. Menurut warga setempat, keberadaan jalur ini juga bisa dikaitkan dengan peruntungan suatu desa. Jalur yang baik dan berkualitas tidak akan ada tanpa adanya kekompakan dan solidaritas warga masyarakatnya. Oleh karena itu solidaritas antara pengurus lintasan, dukun lintasan, pace boy dan masyarakat sangat menentukan kemenangan suatu lintasan dalam suatu perlombaan. Jika ada yang tidak kompak atau curang dalam manajemen, maka akan sulit meraih kemenangan (Abidin, 2020).

Mulai dari mencari kayu dan maelo hingga membangun lintasan, berlayar, melatih perintis, dan berkompetisi, membuat lintasan memerlukan biaya yang tidak sedikit. Manajemen rute bertanggung jawab menyediakan dana yang diperlukan untuk setiap tahapan ini. Semua biaya ditanggung oleh sponsor dan sumbangan dari penduduk lokal dan pengunjung dari luar negeri. Kerja sama setiap warga desa diperlukan untuk membangun jalur menuju masyarakat. Setiap pilihan, termasuk pilihan yang berkaitan dengan mempekerjakan dukun, melakukan latihan fisik, atau mengumpulkan uang, akan dipertimbangkan terlebih dahulu oleh seluruh penduduk. Oleh karena itu dibutuhkan tenaga, uang, dan dukungan moral dari banyak pihak untuk menawarkan jalan keluarnya (Abidin, 2020).

Setiap orang di komunitas akan membantu membentuk masa depan desa mereka. Tentu saja sumbangan tersebut diberikan sesuai dengan kemampuannya; beberapa memberikan uang, waktu, atau bahkan keterampilan spiritual mereka. Kontribusi keseluruhan diperlukan untuk

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



membangun jalur berkualitas tinggi sehingga semua orang di masyarakat dapat mengambil bagian.

### **Partisipasi Masyarakat Terhadap Pacu Jalur**

Di Kabupaten Kuantan Singingi, penonton balap lintasan semakin bertambah antusias karena penontonnya terus bertambah setiap tahunnya. Tidak hanya warga sekitar saja yang hadir dalam acara tersebut, namun masyarakat dari luar daerah juga ikut serta dan ingin menyaksikannya secara langsung setahun sekali. Hampir tidak ada penonton yang datang terlambat sampai ke tepian sungai; kebanyakan orang datang dari pagi hari sebelum acara dimulai hingga akhir perlombaan, bahkan ada yang bermalam di sekitar arena pacuan kuda.

Tempat balap lintasan merupakan tempat kegiatan penunjang lainnya selain perlombaan balap lintasan. Acara-acara ini termasuk festival seni lokal dan pasar malam.

### **Tata Cara Pelaksanaan Pacu Jalur**

Peserta lomba balap lintasan wajib mematuhi aturan-aturan tertentu yang penting karena selain memiliki daya tarik estetika, balap lintasan juga mempunyai komponen atletik. Sebelumnya, ini hanyalah bagian dari tradisi Teluk Kuantan dan hanya dilakukan secara eksklusif oleh penduduk setempat. Alhasil, mereka akan berlomba hari itu, menurunkan lintasan, dan melakukan persiapan lain yang dianggap perlu, namun kini tidak demikian. Selain budaya, olahraga juga dimasukkan agar siap menghadapi hari kompetisi (Gazali et al, 2018).

Terkait dengan Jalan Pacu, masyarakat Kuantan memiliki perwujudan budaya tersebut. Panitia pelaksana ditunjuk sebelum lintasan landasan pacu. Penyelenggaraan perlombaan harus diawasi dengan baik oleh panitia penyelenggara. Umumnya, camat dan tokoh masyarakat membentuk komite pelaksana (Hajrin, 2021)

Tanggung jawab panitia penyelenggara termasuk memilih juri untuk mengawasi arena pacuan kuda, mengumpulkan uang, merencanakan semua aspek balap lintasan kecil, pengundian, dan mengirimkan undangan. Kompetisi balap lintasan mencakup peraturan yang harus dipatuhi oleh peserta. Aturan-aturan ini penting karena selain memiliki daya tarik artistik, balap lintasan juga memiliki komponen atletik (Putri, 2020).

Laki-laki berusia antara 15 dan 40 tahun adalah satu-satunya yang berjalan di trek. Berdasarkan ukuran lintasan, setiap tim terdiri dari 40–60 pemain. Diseimbangkan agar jalan jungkat-jungkit teratur dan berirama. Para anggota lintasan disebut pacer, antara lain tukang kayu, concang (komandan, pemberi abaaba), pembuat pinggang (juru mudi), onjai (yang

- 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.



Wasit atau juri menetapkan peraturan balap lintasan. Undang-undang ini yang mengikat para pembalap di arena atau di lintasan, mencegah terjadinya keributan, baik tabrakan maupun hal-hal lain yang menimbulkan keributan. Peserta harus mengenal wasit atau juri. Sekalipun salah satu jalur melewati garis finis terlebih dahulu, jalur tersebut didiskualifikasi jika mengikuti jalur sebaliknya (Gazali et al, 2018).

Pertandingan balap lintasan biasanya diadakan dengan sistem gugur untuk menentukan pemenang pertama hingga keempat dan sepuluh besar, dimulai dengan bunyi meriam. Meriam digunakan karena jika menggunakan peluit tidak akan terdengar oleh peserta lomba, mengingat luasnya landasan pacu dan banyaknya penonton yang menyaksikan perlombaan. Pada ketukan pertama, barisan yang sudah ditentukan secara berurutan akan berbaris di garis start dengan anggota masing-masing tim sudah berada di garis tersebut. Pada dentuman kedua, mereka akan berada dalam posisi siap (berjaga) untuk mendayung dayung, dan setelah wasit membunyikan meriam untuk pertama kalinya, barulah masing-masing tim akan bergegas mendayung melalui jalur yang telah ditentukan. Sebab balap lintasan merupakan salah satu olah raga tradisional yang dikenal dari Provinsi Riau yaitu daerah Kuantan Singgingi. Jadi tradisi balap lintasan merupakan salah satu budaya daerah yang dipandang perlu untuk dilindungi dan dilestarikan. Pacu Lane mempunyai makna budaya yang terkandung didalamnya yaitu keuletan, kerjasama, kerja keras, ketangkasan dan sportivitas (Syafi'i, 2023).

Jika dijelaskan, maka dapat ditegaskan Nilai Filosofi Jalur Pacu Dalam Representasi Pendidikan Karakter di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau, yaitu: Pertama, Jalur Pacu mempunyai nilai-nilai karakter yang terkandung dalam kegiatannya, dimana Jalur Pacu mengandung nilai-nilai keagamaan. karakter, karakter bertanggung jawab, disiplin, patuh, tentang aturan sosial, nasionalisme, dan penghormatan terhadap keberagaman. Kedua, adanya realisasi pembentukan nilai-nilai karakter dalam kegiatan Path, dimulai dari musyawarah masyarakat untuk mencari kesepakatan pembuatan Path. Kemudian tahap pembangunan dan pelatihan hingga lintasan turun ke arena event Pacu Jalan. Ketiga, peran masyarakat dalam mendidik siswa melalui kegiatan Pacu Lane dengan aturan budaya setempat, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau (Syafi'I, 2023).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## BAB VI PENUTUP

### Kesimpulan

*Destination branding* merupakan upaya mengkomunikasikan mengenai suatu destinasi pariwisata dengan tujuan memberikan persepsi dan pandangan kepada wisatawan mengenai pariwisata tersebut. Pacu jalur sebagai wisata budaya masyarakat Kuantan dapat disimpulkan bahwa tujuan branding pariwisata Pacu jalur adalah wisata budaya melayu. Jalan sebagai sebuah produk budaya telah dikenal masyarakat Kuantan sejak lama. Kurang lebih pada awal tahun 1900. Terdapat Nilai-nilai budaya Melayu dalam Tradisi Pacu jalur (1) Nilai Sosial (2) Nilai Magis (3) Nilai Etis (3) Nilai Estetika. Pacu Lane memiliki beberapa jenis ciri khas yaitu adanya penari anak-anak, perajin onjai, perajin timbo, dan perajin concang. Menurut pihak pengelola yang telah dijelaskan, berdasarkan respon pengunjung dan banyaknya peminat wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pacu Lane di Kabupaten Kuantan Singingi, saat ini banyak sekali peminat di objek wisata Pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi. , dan jumlah pengunjung meningkat setiap tahunnya. bangkit.

Untuk mengawali masa kejayaannya, wisata Pacu jalur di Kabupaten Kuantan Singingi perlu dimulai dengan memasarkan brandingnya di media sosial dan menawarkan daya tarik unik yang membedakannya dengan lokasi wisata lainnya. Menurut Morgan & Pritchard, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi memperkenalkan destinasi branding pariwisata Pacu jalur dalam lima tahap, yaitu strategi riset dan analisis pasar, pengembangan identitas, pengenalan objek wisata, representasi wisata, serta evaluasi dan pemantauan respon pengunjung. Pesona wisata Pacu jalur yang khas di Kabupaten Kuantan Singingi tidak lepas dari popularitasnya yang telah berkembang hingga memiliki banyak pengikut dan brand yang diasosiasikan dengan wisata tradisional Melayu. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola wisata Paculane Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan media cetak, elektronik, dan sosial sebagai bagian dari rencana mereka untuk mempromosikan wisata Pacu jalur.

### 6.2 Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk penggunaan penelitian adalah aspek teoritis dan saran praktis, sebagai berikut:

#### 6.2.1 Segi Praktis

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan dapat memperbanyak toko atau lokasi unik untuk oleh-oleh, lebih mempertimbangkan penjual

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
6.22

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dalam membangun mereknya, dan menciptakan kemasan yang menarik.

2. Agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kabupaten Kuantan Singgingi lebih siap dalam melestarikan dan mempromosikan destinasi branding jalur pacu agar tetap bertahan dan berkembang menjadi sumber daya yang sangat berharga bagi masyarakat Kabupaten Kuantan Singgingi dan Provinsi sebagai utuh.
3. Memulai trend baru dengan mempromosikan brand track pacing sehingga menjadi race.

### Segi Teoritis

Para peneliti mengantisipasi bahwa pekerjaan mereka akan bermanfaat dan berkontribusi pada pemahaman akademis. Terdapat kekurangan pada penelitian yang telah dilakukan, sehingga peneliti menawarkan rekomendasi penelitian tambahan yang akan dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif guna mengetahui dampak konsep destinasi branding yang diterapkan oleh tim pengelola Dinas Pariwisata terhadap minat dan pertumbuhan wisatawan. jumlah wisatawan di wisata Pacu. Jalan Kabupaten Singgingi di Kuantan.

**UIN SUSKA RIAU**



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR PUSTAKA

- © Hikmatul Iman Syafrina  
Hikmatul Iman Syafrina  
Dilindungi Undang  
Hak Cipta  
Dilarang  
Menggantikan atau  
mengalih  
guna  
bagian  
sebagian  
atau  
seluruh  
karya  
Kulis ini tanpa  
encantumkan  
menyebut  
sumber:  
Debis Arianto, B. "DAMPAK EVENT PACU JALUR DALAM PELESTARIAN NILAI-NILAI BUDAYA MASYARAKAT KUANTAN SINGINGI" *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
1. Darma, I. G. K. I. P., & Kristina, N. M. R. "Pemulihan Fungsi Alam Pariwisata Ditengah Pandemi Covid-19". *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(2), 2020: 101-108.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- ©KTABERTIAGUS, N. "Strategi Humas Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Pacu Jalur sebagai Icon Pariwista Daerah" *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.
- Kismayahani, R. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP WISATAWAN DI FESTIVAL PACU JALUR KABUPATEN KUANTAN SINGINGI DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPAWISETAAN" *KODIFIKASI*, 4(2), 2022: 21-37.
- Ramadhana, L., & Ibrahim, M. "ANALISIS PEMASARAN INDUSTRI KECIL PADA EVEN WISATA PACU JALUR KABUPATEN KUANTAN SINGINGI PROVINSI RIAU." *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3, no 1, (2016): 1-15.
- Aulia, F., & Sidiq, S. S. "Pacu Jalur Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau." *Jom FISIP*, 2, (2015)
- Putra, A. A. "Cultural Branding Pariwisata Gondang Beogung Untuk Meningkatkan Kesadaran Generasi Milenial". *Doctoral dissertation*, Uin Suska Riau, 2023
- Syamartha, O., & Sidiq, S. S. "Persepsi wisatawan terhadap penetapan harga kuliner pada event pacu jalur di kabupaten kuantan singing." *Jurnal*

- Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2, no 2, (2015): 1-12.
- Rachman, M. "Analisis kotoribusi festival pacu jalur nasional dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di kabupaten kuantan singing". *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.
- Sakti, F. A., & Alifahmi, H. "Destination brand storytelling: analisis naratif video *the journey to a wonderful world* kementerian pariwisata." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7, no 1, (2018): 6.
- Mustikaningsih, M., & Novianti, E. "Destination Branding Kawasan Wisata Ciletuh-Pelabuhan Ratu Sukabumi Melalui Geopark." *Bulletin of Scientific Contribution: Geology*, 17, no 2, (2019): 77-84.
- Sandy, S., & Damajanti, M. N. "Perancangan Destination Branding Kota Pontianak Sebagai Kota Kuliner." *Jurnal DKV Adiwarna*, 1, no 2, (2013): 1.
- Arida, S. N., & Suksmawati, H. "DESTINATION BRANDING WISATA BELANJA KABUPATEN MAGETAN" (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Sentra Industri Di kabupaten Magetan). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 11, no 01, (2020)
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. "Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar." *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7, no 1, (2019): 111.
- Heryah, Y., & Kusumaningrum, R. "Proses destination branding dalam membentuk citra tujuan wisata museum Indonesia." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume IX No. 2019*
- Subarkah, A. R., & Rachman, J. B. "Destination branding Indonesia sebagai destinasi Wisata halal." *Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4, no 2, (2020): 84-97.
- Maruto, N. A. R., & Huda, A. M. "Destinasi Branding Kampung Lawang Seketeng Sebagai Wisata Kuliner." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8, no 2, (2020): 118-133.
- Suryani, I., & Susanto, T. T. "STRATEGI DESTINATION BRANDING EVENT BUDAYA PEMERINTAH KOTA BANDUNG SEBAGAI MAGNET PARIWISATA." *Akrab Juara: Jurnal Ilmu- ilmu Sosial*, 3, no 4, (2018): 56-70.
- Prada, P. D., "Pembinaan Tari Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuansing". *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau 2019
- Lestari, P. P. A. "Strategi Implementasi Kegiatan Budaya Pacu Jalur Di Bagian Pengembangan Destinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi" *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau, 2019.
- Syahreza, D. "Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata Kabupaten Kuantan Singingi".  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



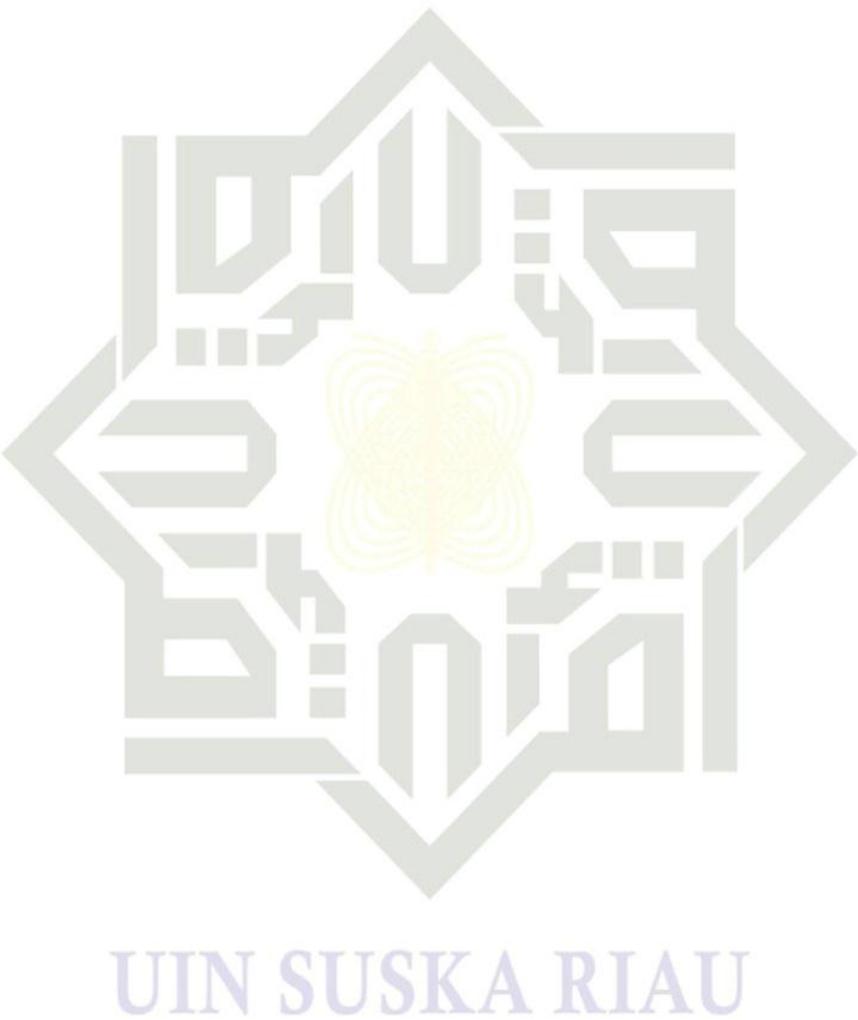


UIN SUSKA RIAU

Intansari, H. "Strategi Pengembangan Festival Pacu Jalur Menuju Event Nasional di Kuantan Singingi Riau". In Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) 2024 :109-119

Jamokto, S., Novianti, E., & Rizal, E. "Penguatan *Destination Branding* Untuk Menarik Investor Dalam Pengembangan Pariwisata danau Toba". *Jurnal Inovasi Penelitian*, (2023) :735-754

Sugita, S., & Firmansyah, F. "Strategi *Destination Branding* Waduk Jatiluhur Sebagai Wisata Air Unggulan Di Jawa Barat. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 2021 :1-27





UIN SUSKA RIAU

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Pedoman Wawancara

Informan Penelitian :

Andri Meiriki,SP. ME

Jabatan : Kabid Kebudayaan

Jenis Kelamin :Laki-laki

Afri Elfira, S.Sos

Jabatan : Kabid Pemasaran dan Ekraf

Jenis Kelamin : Perempuan

Masfar

Jabatan : Tokoh Masyarakat

Jenis Kelamin : Laki-laki

4. Beni Syaputra

Jabatan : Atlet Pacu Jalur

Jenis Kelamin : Laki-laki

5. Elta Andea

Jabatan : Wisatawan

Jenis Kelamin : Perempuan

Puji Oktaliani Putri

Jabatan : Wisatawan

Jenis Kelamin : Perempuan

#### Pertanyaan Wawancara

Apa latar belakang dan keunikan dari Pacu Jalur?

Bagaimana perkembangan Pacu Jalur dari masa ke masa?

Bagaimana solidaritas dan partisipasi masyarakat dalam mendukung event Pacu Jalur?

Apa saja peraturan yang harus di taati oleh peserta lomba Pacu Jalur?

Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan *destination branding* agar tertarik dimata pengunjung Pacu Jalur?

Ha  
Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Ha  
cpta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### © Hak Cipta milik UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

6. Bagaimana pengembangan potensi identitas *brand* dari Pacu Jalur?
7. Bagaimana strategi Dinas Pariwisata kuansing dalam memperkenalkan *destination branding* Pacu Jalur?
8. Siapa saja yang terlibat dalam pembentukan suatu *brand* ini?
9. Bagaimana hasil evaluasi dan pemantauan respon pengunjung terhadap *destination branding* Pacu Jalur?
10. Bagaimana pendapat saudari tentang produk Pacu Jalur dan apa yang membuat saudari tertarik untuk mengunjungi wisata ini.



## Lampiran II

© 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.

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Observasi Peneliti



Gambar 2. Wawancara dengan Kabid Kebudayaan Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singgingi dengan bapak Andri Meiriki, SP. ME

© 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.



Gambar 3. Wawancara dengan Kabid Pemasaran dan Ekraf Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dengan ibu Afri Elfira, S.Sos



Gambar 4. Wawancara dengan Tokoh Masyarakat dengan bapak Masfar



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 5. Wawancara dengan Atlet Pacu Jalur



Gambar 6. Foto Jalur yang telah diisi oleh pendayung

anic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**UIN SUSKA RIAU**



Gambar 7. Foto Atlet Pacu Jalur



Gambar 8. Wawancara dengan wisatawan (Elta Andea)



uin suska riau

### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 9. Wawancara dengan wisatawan (Puji Oktaliani Putri)



uin suska riau

© Ha

Hak Ci

1. Dia



ka

ri

atu

uh karya

al

ni

da

re

Kan

Rak

ebutkan sumber:

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

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

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Desa Dusun Tuo, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau pada tanggal 25 November tahun 2002, penulis merupakan putri pertama dari bapak Maryon dan ibu Itang. Penulis menyelesaikan pendidikan pertama di TK Bambu Kuning Desa Dusun Tuo, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 014 Desa Dusun Tuo dapat diselesaikan penulis pada tahun 2014 dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Kuantan Hilir dan penulis selesaikan pada tahun 2017.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di salah satu Madrasah Aliyah (MA) Gerbang Sari Baserah, Kabupaten Kuantan Singingi yang dapat diselesaikan pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan studi di Universitas yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) sebagai mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah mengikuti organisasi Himpunan Koperasi Mahasiswa (KOPMA), dan mengikuti organisasi Sanggar Matakah Tuah. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Biro Kesejahteraan Rakyat - Sekretariat Daerah Provinsi Riau, dan mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 2 bulan di Desa Peladangan, Kecamatan Batang Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau pada tahun 2023.

**UIN SUSKA RIAU**

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau