

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**STRATEGI BRANDING INHU PARK SEBAGAI
AGROWISATA DAERAH KABUPATEN INDRAGIRI HULU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas

Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu (S1)

Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh :

WAHYU JAMIL

NIM : 12040312343

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU**

2024



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

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

Nama : Wahyu Jamil
NIM : 12040312343
Judul : Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

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

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Desember 2024

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


Pekanbaru, 27 Desember 2024



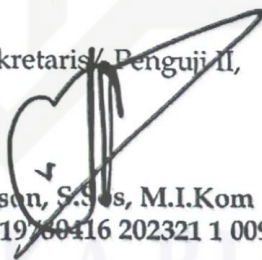
Dr. Imren Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19831118 200901 1 006

Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,


Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd
NIP. 19750927 202321 005

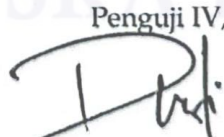
Sekretaris/ Penguji II,


Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji III,


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Penguji IV,


Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19920512 202321 2 048



DESTINATION BRANDING INHU PARK INDONESIA SEBAGAI TUJUAN AGROWISATA DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Disusun oleh:

WAHYU JAMIL

NIM: 12040312343

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal :

28 November 2024

Pembimbing,

Suardi, S.Ses., M.I.Kom

NIP. 19780912 201411 1 003

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

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



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 : Wahyu Jamil
NIM : 12040312343
Judul : Destination Branding Inhu Park Indonesia Sebagai Tujuan Agrowisata di Kabupaten Indragiri Hulu

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 7 Maret 2024

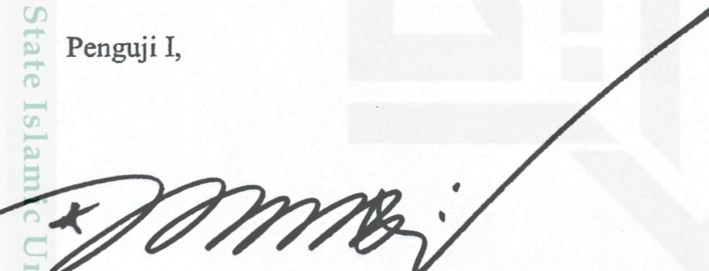
Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.


Pekanbaru, 7 Maret 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026


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

Hak cipta m... UIN Suska Riau
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. 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.

Pekanbaru, 24 Oktober 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Wahyu jamil

NIM : 12040312343

Judul Skripsi : Destination Branding Inhu Park Indonesia Sebagai Tujuan Agrowisata Di Kabupaten Indragiri Hulu

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

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,


Suardi, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





SURAT PERNYATAAN

Nama : Wahyu Jamil
NIM : 12040312343
Tempat/Tgl. Lahir : Harapan Jaya, 30 Juli 2000
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

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

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

Pekanbaru, 30 Desember 2024
Yang membuat pernyataan



Wahyu Jamil
NIM. 12040312343

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Nama : Wahyu Jamil

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi *Branding* Wisata Inhu Park sebagai Argowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu

Wisata Inhu park sebuah tempat wisata yang mengusung konsep agrowisata berada di Kecamatan Rengat Barat, Kabupaten Indragiri Hulu. Objek wisata Inhu Park, berbagai keindahan yang dapat dinikmati oleh wisatawan dengan mengusung konsep Agrowisata ini dibuka untuk publik sejak tahun 2022. Penelitian ini berjudul “Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu”. Dalam Penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses startegi *branding* yang dilakukan oleh pengelola wisata dalam memperkenalkan wisata Inhu Park. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kualitatif dengan jenis data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara dengan onwer, manager, staf layanan komunikasi, staf Inhu Park serta wisatawan Inhu Park. Data berikutnya observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menggunakan konsep Strategi *branding* oleh Morgan yaitu *Brand identity*, *brand personality* dan *brand positioning*. *Identity* berfokus dari identitas sebuah wisata yang dikenalkan kepada wisatawan yang berkunjung. Identitas wisata seperti nama, logo, slogan dan merek. *Brand personality* berfokus pada ciri khas sebuah tempat wisata sebagai pembeda dari tempat wisata lainnya. *Brand Positioning* berfokus pada wisata Inhu Park dalam memposisikan tempat wisata ini memiliki nilai jual yang lebih dibandingkan wisata. Dalam mem-*branding* Inhu Park terbagi dua jenis, *online* menggunakan media Instagram, Tiktok, dan Facebook. Secara *offline* menggunakan ivent dan bahelo sebagai media promosi wisata, dalam melakukan promosi ada beberapa instansi atau lembaga yang terkait seperti sponsorship dan disporpar yang berkontribusi dalam membantu promosi wisata.

Kata kunci : *Branding*, Wisata, Agrowisata, 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.

ABSTRACT

Name : *Wahyu Jamil*

Department : *Communication Science*

Title : *Branding Strategy for Inhu Park Tourism as Regional Tourism in Indragiri Hulu Regency*

Inhu Park Tourism, a tourist spot that carries the concept of agrotourism, is in West Rengat District, Indragiri Hulu Regency. The Inhu Park tourist attraction, the various beauties that tourists can enjoy using the Agrotourism concept, has been opened to the public since 2022. This research is entitled "Inhu Park Branding Strategy as Regional Agrotourism in Indragiri Hulu Regency". In this research, the author aims to find out how the branding strategy process is carried out by tourism managers in introducing Inhu Park tourism. The method used by researchers is a qualitative method with descriptive data types. The data collection technique used was interviews with owners, managers, communication service staff, Inhu Park staff and Inhu Park tourists. The next data is observation and documentation. The results of this research use Morgan's branding strategy concept, namely brand identity, brand personality and brand positioning. Identity focuses on the identity of a tourist attraction that is introduced to visiting tourists. Tourist identities such as names, logos, slogans and brands. Brand personality focuses on the characteristics of a tourist attraction as a differentiator from other tourist attractions. Brand Positioning focuses on Inhu Park tourism in positioning this tourist spot as having more selling value than tourism. There are two types of branding for Inhu Park, online using Instagram, Tiktok and Facebook. Offline using events and bahelo as tourism promotion media, in carrying out promotions there are several related agencies or institutions such as sponsorship and tourism which contribute to helping promote tourism.

Keywords: *Branding, Tourism, Agrotourism, Social Media*



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh.

Alhamdulillah rabbil alamin. Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Shalawat dan salam tidak lupa juga selalu kita panjatkan kepada baginda besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir nanti. Aamiin aamiin yaa robbal alamiin.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“STRATEGI *BRANDING* INHU PARK SEBAGAI AGROWISATA DAERAH KABUPATEN INDRAGIRI HULU”** penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata satu pada prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian tulisan ini penulis telah banyak memperoleh berbagai bimbingan, bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Terutama untuk orang terkasih ayah ibu **Khadijah, Asnawi**, yang tak henti-hentinya menyemangati dan memenuhi kebutuhan penulis baik secara moril, material, serta doa yang tulus dan motivasi kepada penulis. Terimakasih juga kepada kakak saya **Taufik**, adik saya **Lasmi**, serta kekasih **Yutari Cornelia Safitri** yang secara tidak langsung juga turut mendoakan, menyemangati penulis dalam proses pembuatan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga akhirnya bisa diselesaikan. Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat setulus-tulusnya kepada:

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas Rajab, M. A.g, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku wakil rektor I, Bapak Dr. H. Mas“ud Zein, M.Pd selaku wakil rektor II, Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku wakil rektor III.
3. Bapak Imron Rosidi, S.Pd.,M.A.,Ph.D., dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom., sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis dan mengawasi perkuliahan penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
7. Terima kasih kepada Bapak Suardi, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis, terima kasih banyak buat Bapak karena sudah sabar dalam membimbing penulis, terima kasih banyak untuk semua ilmu, saran, masukan yang telah Bapak berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu, berbagai pengalaman, memberikan nasihat-nasihat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan, semoga ilmu yang telah diberikan menuai keberkahan yang melimpah.
9. Terimakasih kepada Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang membantu penulis dalam menyelesaikan seluruh administrasi dan surat menyurat selama perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan Jurnalistik O angkatan 2020 yang selalu bersama-sama menemani disaat suka maupun duka, berdiskusi dalam menempuh pendidikan dibangku kuliah.



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.

11. Terima kasih untuk Muhammad Ramadan, Arnaldo Okta Brianda, Arya Tirtayasa, Delvina, Dwi Cynthia Putri, Dhea Sari Aulia Albalqis, Anggi Sartika, dan kawan-kawan lainnya satu perjuangan skripsi yang telah turut serta membantu mensupport dan sama-sama mengarahkan demi terselesaikannya skripsi ini.
12. Yutari Cornelia Safitri, S. Kep. Terimakasih atas semangat serta dukungannya. Terimakasih sudah menjadi support system yang sebenarnya serta sabar mendengarkan keluh kesah penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
13. Wahyu Jamil, ya! Diri saya. Terima kasih sudah selalu berjuang untuk menjadi lebih baik bertanggung jawab untuk menyelesaikan apapun yang telah dimulai.

Kepada seluruh pembaca, penulis meminta maaf atas segala kekhilafan dan kekurangan yang terdapat di dalam penyelesaian skripsi ini, baik dalam penulisan maupun dalam menganalisa permasalahan yang terjadi. Akhir kata, semoga dari berbagai bantuan yang telah diberikan, Allah SWT membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh.

Pekanbaru, 30 Oktober 2024

Penulis

Wahyu Jamil

NIM. 120403123



DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR GAMBAR viii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

 1.2 Penegasan Istilah 5

 1.2.1 Branding 5

 1.2.2 Inhu Park 6

 1.2.3 Agrowisata..... 6

 1.3 Perumusan Masalah..... 7

 1.4 Tujuan Penelitian..... 7

 1.5 Kegunaan Penelitian 7

 1.6 Sistematika Penulisan..... 9

BAB II..... 10

TINJAUAN PUSTAKA 10

 2.1 Kajian Terdahulu 10

 2.2 Landasan Teori 14

 2.2.1 Branding 15

 2.2.2 Inhu Park 20

 2.2.3 Agrowisata 21

 2.3 Kerangka Pemikiran 25

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Sumber Data	27
3.4 Informan Penelitian	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Validasi Data	29
3.7 Teknik Analisis Data	29
BAB IV	31
GAMBARAN UMUM	31
4.1 Sejarah Inhu Park	31
4.2 Visi dan Misi Inhu Park.....	33
4.3 Struktur Organisasi.....	33
BAB V.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
5.1 Hasil Penelitian.....	34
5.2 Pembahasan	52
BAB VI.....	61
PENUTUP.....	61
6.1 Kesimpulan	61
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	26
Gambar 2 Informan Penelitian	28
Gambar 3 Keindahan dan Keasrian Inhu Park.....	31
Gambar 4 Logo Inhu Park.....	32
Gambar 5 Alam Inhu Park	36
Gambar 6 Instagram Inhu Park	43
Gambar 7 Tiktok Inhu Park.....	45
Gambar 8 Facebook Inhu Park.....	47
Gambar 9 Ivent Photography	48
Gambar 10 Baleho.....	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

keseluruhan. Oleh karena itu, pencarian identitas harus dimulai dari ciri khas produk (atau jasa) dan dari seluruh karakteristik yang melekat pada merek itu sendiri; nama, simbol merek, logo, negara, asal, iklan dan kemasan. Produk (atau layanan) adalah sumber utama identitas merek. Sebuah merek mengekspresikan keunikannya melalui produknya. Oleh karena itu, nilai-nilai suatu merek pariwisata harus terwujud secara simbolis dalam produknya. (Razak & Novianti, 2022) Menurut Baggio & Maxim, tahapan *destinastion branding* ialah analisis pasar, pengembangan identitas produk, pengenalan produk, implementasi produk dan evaluasi produk.

Dengan merek wisata Inhu Park, ini merupakan salah satu sumber identitas merek yang paling kuat. Ketika sebuah merek menanyakan identitasnya, jawaban terbaik adalah memeriksa nama tersebut dengan cermat dan memahami alasan penciptaannya. Bagaimanapun, karakter merek menunjukkan banyak hal tentang identitasnya. Karakter benar-benar dipilih sebagai gambaran merek, yaitu sebagai ciri merek, dalam arti etimologis dari istilah tersebut. (Rather et al., 2020)

Karakter tidak menciptakan sebuah merek, tetapi menentukan bagaimana cara menyampaikan sifat dan karakteristik merek yang sebenarnya. Banyak merek memilih untuk diwakili oleh sebuah karakter. Beberapa orang berfungsi untuk menciptakan ikatan emosional tertentu dengan pelanggan, yang pada akhirnya berfungsi sebagai duta merek. (Trisakti & Alifahmi, 2018) Selain itu, kepribadian manusia dapat tercermin di tangan Anda. Esensi merek dan citra diri dapat tercermin dalam simbol-simbol. Simbol dan logo membantu identifikasi merek perjalanan.

Membangun, memperluas dan meningkatkan produk adalah "ujung tombak" sistem merek. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pengelola destinasi pariwisata harus menguasai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan citra merek produk pariwisatanya. (Imam Iskandar & Ariffudin Islam, 2021) *Branding* merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk menciptakan citra atau keunikan suatu destinasi untuk meningkatkan keberlanjutan pariwisata melalui sistem pemasaran. Fungsi 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.
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.

adalah sebagai pembeda atau pembanding antar merek atau produk. (Razak & Novianti, 2022) Melalui pemasaran merek pariwisata yang diperlukan untuk menarik minat wisatawan maka akan semakin banyak orang yang datang.

Salah satunya wisata Inhu Park yang berada Kabupaten Indragiri hulu ini sangat menarik, yang berkonsep agrowisata, Pengunjung hanya perlu membeli tiket masuk seharga Rp 15.000 perorang dengan menggunakan biaya parkir yang sangat terjangkau, untuk sepeda motor dikenakan biaya Rp 3.000 per sepeda motor dan Rp 5.000 per mobil, dengan area camping di ujung, anda bisa menikmati indahnya matahari terbenam di sore hari. Dengan tiket camping Rp 25.000, begitu masuk ke kawasan wisata Inhu Park, begitu masuk ke kawasan wisata Inhu Park, hamparan rumput hijau sejalan dengan konsep agrowisata. Adanya hamparan rumput dan berbagai jenis pohon serta berbagai jenis buah-buahan terutama buah jeruk. (<https://www.suaraaktual.co>)

Kawasan rerumputan yang hijau memberikan kesan asri, banyak sekali jenis tanaman yang menghiasi kawasan wisata Inhu Park, menggunakan kontur tanah berupa bukit sehingga anda bisa menikmati keindahannya sanset disore hari.

Melihat potensi tersebut, pengembangan wisata mulai menjadi salah satu program utama pembangunan daerah di Kabupaten Indagiri Hulu. Membangun wisata yang direncanakan dan dikelola secara berkelanjutan dengan mengandalkan masyarakat dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan dan menciptakan lapangan kerja.(Suryani, 2017) Selain itu, pengembangan wisata di Inhu Park juga dapat menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk melindungi dan melestarikan budaya dan lingkungan serta berdampak langsung pada masyarakat setempat. Wasata seperti ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi jangka pendek, namun juga merupakan peluang berharga baginya mempromosikan identitas wisata dan nilai-nilai . Tantangannya adalah mengartikulasikan kecocokan yang tepat antara citra wisata.(Hanna et al., 2021)

Salah satu tempat wisata yang tepat dan seru di Kabupaten Indragiri Hulu yang sangat indah untuk dikunjungi ada di wilayah kelurahan Pematang Reba. Pematang Reba adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Rengat Barat, Kabupaten

Indragiri Hulu, Provinsi Riau, Indonesia. Kecamatan ini mempunyai potensi segar yang melimpah meski sudah mulai dikelola dengan baik, salah satunya adalah objek wisata Taman Inhu Park yang berada di wilayah kecamatan Rengat Barat, tepatnya di kelurahan Pematang Reba. (Bib, 2023) Tempat ini merupakan kawasan wisata baru di Indragiri Hulu yang kini sedang viral sebagai spot foto dan tempat segar bagi warga. Tim manajemen membuat akun media sosial Inhu Park sebagai fungsi sarana promosi, yaitu akun Instagram dengan nama pengguna @inhupark.indonesia, akun TikTok @inhupark.indonesia serta akun facebook dengan nama Inhu Park.

Berdasarkan dari fenomena Inhu Park Indonesia memiliki potensinya dalam bidang pariwisata dengan adanya Inhu Park, terdapat dari sejumlah masyarakat yang belum mengetahui tentang wisata ini. Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti “Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai Agowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu”. Dengan adanya tujuan ini wisata lebih dikenal oleh masyarakat luar Kabupaten Indragiri Hulu.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dan keranguan penafsiran, penulis memandang perlu adanya judul penjelasan untuk membatasi isi penelitian ini. Batasan dan pembahasan yang relevan adalah:

1.2.1 *Branding*

Branding merupakan bentuk upaya menciptakan citra positif tentang suatu daerah tujuan wisata dengan tujuan menarik kunjungan wisatawan, serta memberikan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung. Destinasi branding ini diperlukan agar persepsi masyarakat dan pengelola tempat atau pengunjung memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan wisata. (Tran & Rudolf, 2022) *Branding* menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan oleh Kawasan Pariwisata untuk menarik minat investor. Nafees dan Harish menyampaikan bahwa destination branding merupakan sebuah proses mengembangkan identitas atau kepribadian yang unik dari sebuah tujuan wisata dan mengomunikasikannya kepada pengunjung maupun investor

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.

© Alkhiyatun Nikmatyanti, UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



melalui simbol, pesan komunikasi, tagline, desain maupun kombinasi dari seluruhnya untuk menciptakan citra positif.

1.2.2 Inhu Park

Taman Inhu Park merupakan sebuah objek wisata yang terletak di Kabupaten Indragiri Hulu, Riau. Wisata Taman Inhu ini letaknya tidak jauh dari pusat kota, tepatnya di Jalan Batu Canai, Kecamatan Pematang Reba, Kecamatan Rengat Barat. Beragam konsep wisata ditawarkan kepada wisatawan, sesuai dengan awal pengembangan Taman Inhu menjadi agrowisata yang bisa dinikmati dengan nuansa keindahan alam yang alami. Kontur tanah Taman Inhu berbentuk bukit. Kondisi ini membuat situasi Taman Inhu semakin tinggi dibandingkan dengan lingkungan sekitar. Artinya, saat senja, lokasi Taman Inhu menjadi kesempatan untuk menikmati matahari terbenam. Sesuai dengan konsep awal pengembangan Taman Inhu di bidang agrowisata, pihak pengelola menanam berbagai jenis tanaman buah-buahan di lahan tersebut, antara lain buah naga, jeruk, cempedak, durian, dan pepaya. Setelah tanaman buah dipanen, pengunjung dapat memetik dan mencicipi buah yang akan dipanen. (Rizky, 2023)

Wisata ini sangat ramah keluarga, memiliki wahana untuk anak-anak dan berbagai foto menarik dengan latar belakang kebun buah-buahan dan pohon buah-buahan. Pelayanan yang diberikan juga lengkap dan bersih mulai dari sarana ibadah, café dan toilet. Membuat pengunjung betah dan nyaman selama berlibur. Pengunjung bisa untuk merasakan nikmatnya suasana piknik, pengunjung cukup membentangkan tikar dan bersantai di rerumputan hijau menikmati alam sekitar.

1.2.3 Agrowisata

Agrowisata merupakan suatu bentuk wisata yang memadukan kegiatan rekreasi dengan sektor pertanian atau perkebunan. Di agrowisata, pengunjung dapat menikmati keindahan alam dan terlibat langsung dalam kegiatan pertanian atau peternakan, seperti memanen buah, melihat cara pertanian dilakukan, atau mempelajari proses produksi hasil pertanian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Wisata peternakan tidak hanya memberikan pengalaman liburan yang menyenangkan, tetapi juga bersifat mendidik dengan mengenalkan masyarakat wisatawan akan pentingnya sektor pertanian, keanekaragaman hasil pertanian, dan kelestarian alam dan lingkungan hidup. Model wisata ini umumnya dilakukan di kawasan pedesaan atau perkebunan yang menyajikan potensi alam yang menarik untuk dikunjungi. (Mulyono, 2024) Menurut Tirtayana Agrowisata merupakan suatu kegiatan pariwisata yang memadukan sektor pertanian dengan industri pariwisata, dimana wisatawan dapat menikmati dan mempelajari aspek-aspek pertanian, baik tanaman, buah-buahan, ternak maupun hasil pertanian lainnya, sambil menikmati keindahan alam setempat.

Salah satunya wisata Inhu Park mengusung konsep agrowisata Inhu Park. Dibangun di atas lahan seluas 8 hektare. Tempat ini pertama kali diresmikan dan dibuka untuk umum pada tahun 2022, yang sangat ramah meningkatkan konservasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi. wisata tersebut sangat ramah keluarga, fasilitas yang disediakan juga tergolong lengkap dan bersih dan pengelola Inhu Park juga menyediakan berbagai fasilitas bagi pengunjung salah satunya pengunjung dapat bermalam dilokasi wisata, dengan menyediakan areal camping ground. (Rizky, 2023)

1.3 Perumusan Masalah

Bagaimana Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Strategi *Branding* Inhu Park Sebagai agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terdapat pada manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan kajian Ilmu Komunikasi khususnya kajian Strategi *Branding* Inhu Park sebagai Agrowisata Daerah di kabupaten Indragiri Hulu.

1.5.2 Kegunaan praktis

- a. Secara praktisi penelitian ini dapat meningkatkan wisata di Kabupaten Indragiri Hulu untuk memperkenalkan Inhu Park sebagai destinasi wisata unggulan.
- b. Memberiikan informasi mengenai langkah-langkah dalam memasarkan wisata Inhu Park.

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

© Hak Cipta Tamalik UIN Suska Riau

Sistem Islamik Universitas of Sultan Saif Kasim Riau

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini ada beberapa pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing Bab yang penulis susunkan menjadi beberapa bagian:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, penegasan masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada Bab ini memaparkan tentang kajian teori yang mendukung dalam menyusun penelitian ini, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, observasi dan pengamatan serta analisis data.

BAB IV : DESKRIPSI UMUM

Bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi tempat penelitian seperti sejarah, visi, misi dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan tahap bagian akhir penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mencari sumber penelitian untuk referensi dan refleksi sebagai acuan dari ide penelitian ini, sehingga peneliti dapat memahami dari penelitian ini berfokus penelitian selanjutnya dan penelitian saat ini atau penelitian sebelumnya berkaitan dengan penelitian penulis:

2.1.1 Kajian jurnal “Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Kerta di kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar”. Penelitian ini dilakukan oleh Eka Sita Michandani dan Nyoman Sukma Arida.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data Kuantitatif dan Kualitatif. Sumber datanya adalah data primer dan skunder. Data yang diperoleh dari penelitian ini melalui pengumpulan data observasi, Focus Group Discussion, wawancara dan dokumentasi. Penentuan informan yang menggunakan metode purposive sampling.

Penelitian ini merancang *Destination Branding* Desa Wisata Kerta menunjukkan bahwa brand atau merek dari Desa Wisata Kerta adalah Iklim Desa.(Michandani & Arida, 2019) Perbedaan penelitian sekarang adalah peneliti berfokus pada metode kualitatif tentang *Branding* wisata Inhu Park yang mengusung konsep agrowisata.

2.1.2 Kajian jurnal “*Destination Branding* Lembah Harau Sebagai Kawasan Ekowisata”. Penelitian ini dilakukan oleh Rini Amadia.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan studi kasus Lembah Harau Sebagai Kawasan Ekowisata terdiri dari 4 bagian tahapan metode penciptaan yaitu metode pengumpulan data, analisis data, kajian konsep, dan visualisasi perancangan. Pengumpulan data untuk memperoleh data yang akurat dan tepat untuk perancangan.(Amadia, 2020). Perbedaan penelitian saat ini adalah dari lokasi wisata dan tempatnya berbeda dan



tentang strategi *branding* Inhu Park yang mengusung konsep agrowisata daerah.

- 2.1.3 Kajian jurnal “Strategi *Destination Branding* Wisata Kawasan Wisata Internasional Bintan Resorts Pasca Pandemi Covid 19”. Penelitian ini dilakukan oleh Raja Rizka Isti Annisa dan Anam Miftakhul Huda.

Destination Branding Wisata Kawasan Wisata Internasional Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau telah menjadi suatu branding destinasi wisata bertaraf internasional yang menjadi andalan pariwisata Indonesia bersama dengan Pulau Batam yang merupakan destinasi andalan di provinsi Kepulauan Riau. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan tujuan mencari kedalaman data mengenai strategi *branding* wisata kawasan wisata International Bintan Resorts Pasca Pandemi COVID 19. Metode yang digunakan ialah metode studi kasus sejenis penelitian kualitatif dimana peneliti mengkaji program, peristiwa.(Annisa, 2023) Perbedaan penelitian ini dan penelitian sekarang perbedaan sedikit dengan diteliti oleh peneliti tentang branding satu wisata berbeda.

- 2.1.4 Kajian jurnal “Analisis Kinerja Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Bengkulu Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Laguna”. Penelitian ini dilakukan Cahyadi Kurniawan.

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif dipergunakan oleh peneliti. Menganalisis seberapa akbar kontribusi Dinas Pariwisata serta Kebudayaan Provinsi Bengkulu terhadap pertumbuhan industri pariwisata Pantai Laguna.(Kurniawan, 2022)

Persamaan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan pengumpulan data memakai observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang tentang *branding* satu wisata melalui objek tujuan wisata Inhu Park yang mengusung konsep agrowisata.

- 2.1.5 Kajian jurnal “Membangun *Branding Image* Kepulauan Riau Sebagai Destinasi Wisata Nasional”. Penelitian dilakukan oleh Jamhur Poti dan Agus Hendrayady.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam “Membangun *Branding Image* Kepulauan Riau Sebagai Destinasi Wisata Nasional”. Metode kaulitatif digunakan untuk mendiskripsikan narasi data-data yang diperoleh baik data primer dan sekunder.(Poti & Hendrayady, 2020) Terkait peneliti ini unsur membentuk *brand positioning* Kepulauan Riau yang meliputi persepsi pelakuka pasar wisata terhadap brand destinasi wisata di Kepulauan Riau sehingga nantinya memunculkan *Branding Image* Wisata.

Ada sedikit persamaan penelitian terahdulu menggunakan metode deskriptif kualitatif dan *brand positioning*. Perbedaan peneliti sekarang adalah tentang startegi *branding* wisata Inhu Park yang mengusung konsep agrowisata.

- 2.1.6 Kajian jurnal “Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui *Destination Branding*”. Penelitian ini oleh Luhung Achmad Perguna, Irawan, Muhammad Iqbal Tawakkal dan Diva Avivi Mabruuri

Penelitian bertujuan meningkatkan basis UMKM melalui *destination branding* pada desa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan kajia dari berbagai jenis empiris, seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi yang didapat dari *destination branding* berbasis iklan UMKM pada desa Gododesa. Data yang digunakan untuk menyusun perancangan *destination branding* berasal dari data primer dan sekunder. Dalam upaya untuk menguatkan des melalui pembangunan dan perancangan *destination branding* melalui video. Bertujuan ini dilakukan sebagai pembangunan manajemen citra dari destinasi desa Gogodesa sebagai desa wisata berbasis UMKM. Perbedaan ini dan penelitian sekarang tentang startegi *branding* dalam destinasi objek agrowisata Inhu Park sebagai tujuan wisata daerah.(Perguna et al., 2020)

- 2.1.7 Kajian jurnal “Strategi Kementrian Pariwisata Indoensia Dalam Meningkatkan *Branding* Wisata Halal”. Penelitian ini dilakukan oleh Elpa Hermawan



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.

Penelitian ini mengetahui strategi dari Kementerian Pariwisata Indonesia dalam meningkatkan *branding* wisata halal agar menjadi wisata terbaik di dunia dan meningkatkan jumlah wisatawan baik dalam negeri dan luar negeri. Dalam meningkatkan brand image wisata halal agar menjadi wisata terbaik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik analisis data yaitu reduksi data. Penyajian data dan penarikan data. (Hermawan, 2019) Mengembangkan tiga aspek strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas wisata halal kelas dunia, khususnya terkait destinasi. Oleh karena itu, peningkatan citra *brand* wisata mencakup banyaknya fasilitas wisata yang menjunjung syariat Islam dan diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Perbedaan ini dan penelitian sekarang mengenai strategi *branding* wisata inhu park sebagai agrowisata daerah.

2.1.8 Kajian jurnal “ Strategi Destination Branding Even Budaya Pemerintah Kota Bandung Sebagai Magnet Pariwisata”. Penelitian ini dilakukan oleh Ita Suryani dan Teguh Tri Susanto.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu studi kasus penelitian menggunakan berbagai sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, mendiskripsikan secara komprehensif dan menjabarkan berbagai aspek individu, kelompok, program, organisasi dan peristiwa sistematis. (Alhogbi et al., 2018) Strategi *destinatin branding* yang dilakukan mengedukasi wisata kota Bandung agar semakin dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara. Dan menjadikan kota Bandung sebagai destinasi wisata primadona Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sekarang tentang strategi *branding* wisata Inhu Park mengungkap konsep agrowisata

2.1.9 Kajian jurnal “*Branding Riau The Homeland of Melayu Untuk meningkatkan Daya Tarik Wisata dan Kunjungan Wisata di Provinsi Riau*”. Penelitian ini dilakukan oleh Atika Fajriandhany, Ilham Gemiharto, dan Edwin Rizal.

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur yang mana mengumpulkan berbagai macam referensi relevan. Metode pengumpulan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

data menggunakan yang dapat digunakan riset kualitatif juga menggunakan observasi dan wawancara. Yang mana mengamati kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan Riau *The Homeland Of Melayu*. Dalam branding Riau *The Homeland Of Melayu* Dinas Pariwisata Provinsi Riau memiliki strategi promosi tersendiri yaitu paid media, owned website, dan sosial media. (Fajriandhany et al., 2020) Perbedaan sekarang adalah tentang strategi *branding* satu wisata melalui objek wisata Inhu Park.

2.1.10 Kajian jurnal “*Destination Brand Storytelling: Analisi Naratif Video The Journey to A Wonderful World* Kementrian Pariwisata”. Penelitian ini dilakukan oleh Febby Amelia Trisakti dan Hifni Alifahmi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk pengumpulan data dan mengolah data yang ditemukan. Menurut Krik dan Miller istilah kualitatif pada awalnya berasal dari observasi kualitatif dan bukan dari observasi kuantitatif. Strategi penelitian menggunakan analisis naratif menggunakan teori paradigma naratif sebagai landasan utama untuk menganalisis pendekatan naratif yang digunakan dalam video *Journey to a Wonderful World* dengan tujuan membentuk identitas merek wisata. Hasil dari ini menunjukkan bahwa pendekatan naratif pada *destination branding* membantu suatu negara membangun identitas destinasi pariwisata. Dapat dilihat bahwa membentuk suatu tempat untuk menciptakan identitas sebagai tempat destinasi. perbedaan penelitian sekarang adalah tentang *branding* wisata melalui objek wisata Inhu Park sebagai agrowisata daerah, dengan menggunakan metode kualitatif. (Trisakti & Alifahmi, 2018)

2.2 Landasan Teori

Pada landasan teoritis yang disajikan. Landasan teori memuat teori yang bertujuan untuk memudahkan dalam memberikan jawaban terhadap permasalahan secara teoritis dan landasan teori inilah menjadikan kerangka pemikiran dalam merumuskan masalah untuk memudahkan pelaksanaan 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.

2.2.1 *Branding*

Branding diambil dari kata bahasa Inggris yaitu “brand” yang artinya merek. Merek merupakan sebuah “nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau kombinasi keduanya” untuk tujuan mengidentifikasi produk atau jasa. *Branding* merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk gambaran atau karakter unik dari suatu destinasi yang bertujuan menjaga keberlangsungan desa wisata melalui sistem pemasaran. (Classification, 2020) Citra merek mempunyai fungsi untuk membedakan atau membandingkan antar merek atau produk. Merek bukan sekedar simbol, karena merek bertujuan untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang dihasilkan sehingga dapat dibedakan dengan produk lainnya. (Reksiana et al., 2022) Menurut Kotler merek mempunyai enam makna yaitu merek sebagai atribut, diartikan merek mengingatkan atribut-atribut tertentu, keunggulan yang diartinya atribut sebagai keunggulan emosional dan fungsi, merek sebagai nilai yang mengungkapkan suatu dalam nilai-nilai produsen. Merek disebutkan sebagai budaya yang mewakili budaya tertentu, sebagai kepribadian yang mencerminkan tertentu, dan merek sebagai pengguna yang menunjukkan tipe konsumen yang membeli merek tersebut.

Branding merupakan upaya komunikasi yang terstruktur dan direncanakan dengan baik oleh perusahaan dan memproyeksikan citranya, hubungan istimewa dengan produsen, pengurangan biaya internal dan eksternal, pengurangan dalam resiko. Produk merek memiliki nilai yang lebih tinggi di mata pelanggan atau konsumen dibandingkan tanpa merek. (Subarkah et al., 2020) *Brand* atau merek bertujuan untuk menghasilkan keunikan dan menarik sebuah perhatian konsumen guna mempengaruhi kebutuhan emosional pelanggan. Dengan cara yang lebih baik.

1. *Place Branding*

Place Branding merupakan aktivitas pemasaran produk yang mendukung nama, simbol, logo, tanda kata atau gambar lainnya, baik untuk mengidentifikasi atau membedakan sasaran. Menerapkan fitur merek



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.

untuk mengkonsolidasikan dan meningkatkan kenangan yang menyenangkan tentang pengalaman suatu destinasi wisata, bertujuan untuk menciptakan citra yang memengaruhi kebutuhan konsumen mengunjungi destinasi wisata tersebut.(Fahmi & Wijayanti, 2023) Place Branding bertujuan untuk menciptakan citra yang mempengaruhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler menyatakan bahwa citra merupakan seprangkat keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek ditentukan oleh gambaran obyek tersebut. Perbedaannya adalah bahwa merek itu sendiri merupakan suatu usaha aktivitas marketing awalnya diciptakan oleh pemasar, sedangkan citra dirasakan oleh konsumen setelah merek lokal selesai memasarkan merek memiliki keuntungan utama bagi konsumen, yaitu identifikasi sumber produk, identifikasi tanggung jawab produsen atau distributor tertentu, sinyal mutu, sarana memproyeksikan citra diri, hubungan istimewa dengan produsen, penghapusan biaya internal, dan risiko eksternal. Produk bermerek memiliki nilai lebih tinggi di mata pelanggan dari pada produk tanpa merek.(Agung et al., n.d.) Menurut Kevin Lane Keller, Meski terkenal di bidang *branding* produk, menerapkan konsep branding lebih menekankan, identitas suatu wisata yang harus dibangun berdasarkan nilai-nilai yang dihargai oleh masyarakat dan pengunjung, serta persepsi yang mereka miliki terhadap wisata tersebut. *Branding* bertujuan menciptakan keunikan dan menarik perhatian, menanggapi kebutuhan emosional klien dengan lebih efektif. Beberapa merek gagal, beberapa lainnya berhasil. Inilah kompleksitas seni tanda. Inilah yang membuat merek menarik dan menarik riset pasar, namun tidak ada cara untuk memprediksi kesuksesan suatu merek.

2. Strategi *branding*

Branding adalah pilihan strategis untuk membangun identitas atau karakter agar tampak unggul dan berbeda dari sirkuit lainnya. *Branding* adalah pengelolaan suatu merek dimana dilakukan kegiatan yang mengatur keseluruhan elemen dengan tujuan membentuk suatu merek yang kuat, merek



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.

sangat diperlukan untuk menciptakan dan memelihara produk.(Kumail et al., 2022) Melakukan analisa brand untuk menentukan brand yang tepat dengan melakukan riset dan analisa konsumen. Jadi manajemen merek adalah strategi merek yang dikemukakan oleh Morgan yang mencakup beberapa aspek komponen, antara lain:

- a. *Brand identity*

Identitas merek memiliki unsur unik yang dirancang untuk menciptakan citra yang konsisten dan membedakan destinasi wisata dengan pesaingnya. *Identity* adalah seperangkat aspek untuk menyampaikan sebuah merek melalui latar belakang, prinsip, tujuan dan ambisi merek. Komponen identitas merek meliputi nama, logo warna, desain, label, pendukung merek, dan karakter. Sebuah brand harus mampu berperan dalam produk, organisasi seseorang dan simbol. Namun tidak semua peran berlaku sama sekali, pada beberapa merek, hanya yang terlihat dan cocok saja yang digunakan. Identitas merek adalah kumpulan dari banyak hal aspek yang bertujuan untuk menyampaikan merek kepada konsumen dengan cara yang dapat membantu persepsi konsumen terhadap merek tersebut.(Hanna et al., 2021)

Identitas ini mencakup aspek visual, verbal, dan emosional yang menggambarkan keunikan, daya tarik, dan pengalaman yang ditawarkan suatu destinasi wisata. Menurut Suasanto dan Wijarnoko menyebutkan *brand identity* sebuah susunan kata, tayangan dan himpunan bentuk jumlah persepsi konsumen terhadap merek. Dalam sebuah destinasi wisata harus ada dan menerapkan strategi branding untuk memiliki kepribadian, *positioning* dan identitas.(Mandagi et al., 2022)

Dengan identitas merek yang kuat maka suatu destinasi dapat menciptakan hubungan emosional dengan wisatawan, menciptakan daya tarik yang mendalam, meningkatkan kunjungan, dan memperkuat loyalitas wisatawan. *Place branding* yang kuat



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.

akan mudah menarik investor, meningkatkan jumlah wisatawan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat bahkan pertumbuhan ekonomi makro dan mikro. Tentu saja meningkatkan kepercayaan masyarakat.

b. *Brand Positioning*

Positioning merek bertujuan untuk menciptakan perbedaan, keunggulan dan manfaat bagi konsumen mengingat merek suatu produk atau tempat. Faktor-faktor penting seperti perusahaan, pelanggan dan strategi komunikasi menjadi topik utama yang dibahas dalam positioning. Karena positioning yang baik dan jelas akan memberikan respon positif dari khalayak dan pasar serta menciptakan kehadiran dan kredibilitas perusahaan. *Personality brand* yang karakteristiknya sama dengan keadaan emosional yg dimiliki manusia. Menurut Philip Kotler, sebagai penawaran desain dan citra sebuah perusahaan yang dapat berada diposisi kompetitif sesuai dengan makna dan citra di mata konsumen. dalam hal ini adalah ide yang akan ditanamkan kedalam benak publik ataupun calon pengunjung.(Andrianto & Bandung, 2021) Untuk menjamin positioningnya, pemasar destinasi wisata harus lebih kompetitif untuk menjamin nilai penjualan, sehingga produk yang ditawarkan lebih bernilai dibandingkan produk pesaing.

Brand positioning mempunyai peranan yang strategis dan memegang peranan yang sangat pasti dalam tahapan strategi merek. Ketika sebuah wisata dalam memilih brand positioning, maka dapat dipastikan kinerja merek tersebut akan gagal. Pada hakikatnya positioning suatu brand pariwisata bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam mengidentifikasi perbedaan destinasi satu dengan destinasi lainnya. Menurut Jennifer Aaker, menyatakan bahwa merek dengan kepribadian yang kuat dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan persaingan.(Liu et al., 2022) Memengaruhi bagaimana konsumen memandang suatu merek dan



bagaimana mereka berinteraksi dengannya. Sebuah proses penting dalam membantu menciptakan identitas yang jelas dan membedakan suatu tempat dari pesaingnya. Dengan strategi positioning yang efektif, destinasi wisata dapat menarik khalayak yang tepat, menawarkan pengalaman yang relevan, dan mempertahankan wisatawan. Kejelasan posisi dan konsistensi pelaksanaan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang industri pariwisata.

c. *Brand prosinality*

Merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya tarik brand dari luar hingga dipandang mata wisatawan, dapat diambil dari pengalaman wisatawan lainnya. Menurut Gelder, “*brand personality is developed to enhance the appeal of a brand cosutumer*”, artinya kepribadian merek adalah suatu cara untuk meningkatkan daya tarik eksternal suatu merek di mata konsumen.(Tepavˇ, 2021). Dengan demikian, kepribadian merek merupakan suatu alat yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik suatu merek dengan membentuk ciri-ciri yang dapat diturunkan darinya. pengalaman, komunikasi atau presentasi merek itu sendiri. Dengan demikian, membantu pemasar atau pemasar untuk lebih memahami kelebihan dan kekurangan merek serta cara mempromosikannya dengan tepat.(Takalar, 2019)

Menurut Jules B. Kirby, mengatakan bahwa kepribadian merek suatu destinasi wisata harus mencerminkan “karakter sosial” dan emosional tempat tersebut, serta “peran komunitas lokal” dalam menciptakan pengalaman wisata. destinasi dengan kepribadian merek yang kuat akan menciptakan kesan mendalam pada wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali lagi atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Sebuah konsep yang menggambarkan karakteristik yang terkait dengan suatu merek. Merek dengan kepribadian yang jelas dan konsisten dapat membangun ikatan emosional yang lebih kuat dengan

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.



konsumennya. Kepribadian merek mempengaruhi apa yang konsumen pikirkan tentang suatu merek dan memperkuat identitas merek.

2.2.2 Inhu Park

Inhu Park merupakan usaha wisata berupa perkebunan dalam bentuk jasa pariwisata. wisata ini mengusung konsep argowisata, dibangun pada awal tahun 2020, dibangun di atas lahan seluas 8 hektar. Tempat ini pertama kali diresmikan dan dibuka untuk umum pada tahun 2022. Wisata ini memanfaatkan lahan seluas 8 hektar dengan bangunan bernuansa klasik sebagai objek wisata. Objek wisata yang terletak di Kabupaten Indragiri Hulu, Riau. Wisata Taman Inhu berada tidak jauh dari pusat kota, tepatnya di Jalan Batu Canai, kelurahan Pematang Reba, Kecamatan Rengat Barat. Kontur tanah Inhu park berbentuk bukit. Kondisi tersebut membuat lokasi Inhu park lebih tinggi dibandingkan kawasan sekitarnya, sebuah keindahan alam yang memukau. (Ramadan, 2022) Dengan kata lain, saat senja, lokasi Inhu Park menjadi kesempatan untuk menikmati matahari terbenam. Sesuai dengan konsep awal pengembangan Inhu Park di bidang agrowisata, pihak pengelola menanam berbagai jenis tanaman buah-buahan di lahan tersebut, antara lain buah naga, jeruk, dan pepaya.

Jika tanaman buah sudah siap panen, wisatawan dapat memetik dan mencicipi buah hasil panen mereka. Wisata ini sangat ramah keluarga, memiliki wahana untuk anak-anak dan berbagai foto menarik dengan latar belakang kebun buah-buahan dan pohon buah-buahan. Pelayanan yang diberikan juga lengkap dan bersih mulai dari sarana ibadah, cafe dan toilet. Membuat pengunjung betah dan nyaman selama berlibur. Pengunjung bisa merasakan nikmatnya suasana piknik, dan bersantailah di rerumputan hijau sambil menikmati alam. (Riki, 2023)

Pengunjung hanya perlu membeli tiket masuk seharga Rp 15.000 per orang dengan menggunakan biaya parkir yang sangat terjangkau, untuk sepeda motor dikenakan biaya Rp 3.000 per sepeda motor dan Rp 5.000 per mobil. Adanya café dan pendopo tempat bersantai, sudah bisa menikmati

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pemandangan matahari terbenam. Terdapat area camping kawasan wisata Inhu Park, hamparan rumput hijau merupakan bagian dari konsep agrowisata. terdapat hamparan rumput, dan berbagai jenis pohon serta berbagai jenis buah-buahan terutama buah jeruk.

2.2.3 Agrowisata

Agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai daya tarik wisata, baik berupa pemandangan alam di kawasan pertanian, keunikan dan keanekaragaman kegiatan produksi dan teknologi pertanian, serta budaya masyarakat pertanian. . Kegiatan agrowisata bertujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian, antara lain tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, dan peternakan. Selain itu Agrowisata mencakup sumber daya kehutanan dan pertanian. (Dayan & Sari, 2022)

Perpaduan antara keindahan alam, kehidupan masyarakat pedesaan, dan potensi pertanian, apabila ditata dengan baik dan dikelola secara sungguh-sungguh, dapat mengembangkan daya tarik wisata bagi suatu daerah tujuan wisata. Agrowisata yang memuat beragam tumbuhan dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan kualitas iklim mikro, menjaga siklus hidrologi, mengurangi erosi, menjaga kelestarian lingkungan dan memberikan desain lingkungan yang estetis apabila dikelola dan dirancang dengan baik. (Kagungan, 2020) Saya Pengembangan agrowisata pada suatu kawasan destinasi wisata akan memberikan manfaat berupa peningkatan pendapatan bagi masyarakat dan pemerintah. Dengan kata lain fungsi pariwisata dapat dipenuhi dengan fungsi budaya pertanian dan pemukiman pedesaan sekaligus dengan fungsi konservasi.

Upaya pengembangan agrowisata pedesaan yang memanfaatkan potensi pertanian dan mengikutsertakan masyarakat pedesaan dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat, sejalan dengan pemberdayaan wisata masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dipahami melalui agrowisata



yang dapat memuat peran dan aspirasi masyarakat pedesaan berdasarkan pemanfaatan potensi sumber daya alam dan manusia yang dimilikinya.

Menurut Agrowisata R. S. Damardjati adalah wisata pertanian dengan tujuan mengunjungi kawasan pertanian atau perkebunan yang memiliki keunikan alam, yang dikembangkan sedemikian rupa sehingga berbagai aspek terkait jenis tanaman yang ditanam telah menimbulkan motivasi dan daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung. (Suryo et al, 2021) Aspek-aspek tersebut antara lain meliputi jenis tumbuhan yang khas, cara budidaya dan pengelolaan produk, penggunaan teknik dan teknologi, aspek sejarah, lingkungan alam dan juga. budaya sosial yang melingkupinya.

a. Perkembangan agrowisata

Sebagai negara agraris, Indonesia berpeluang menjadi pemimpin pasar berbagai produk pertanian. Peluang dan prospek pasar agribisnis cukup terbuka, tergantung bagaimana Anda memanfaatkan dan memanfaatkan peluang yang ada. Konsensus bahwa ekspor merupakan motor penggerak perekonomian nasional juga memerlukan terwujudnya efisiensi agrowisata yang tinggi agar produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar internasional. (Kewirausahaan & Riau, 2021) Menurut Oka A. Agrowisata Yoeti adalah suatu jenis wisata yang menjadikan tanaman pertanian, peternakan, dan perkebunan pada khususnya menjadi daya tarik bagi wisatawan. Hal ini ditandai dengan banyaknya kunjungan wisatawan ke destinasi wisata di Indonesia, baik nasional maupun internasional. Pengembangan agrowisata memberikan peningkatan signifikan dalam pertanian pangan tentunya akan memaksimalkan ketersediaan pasokan pangan yang terjamin dan memperkuat berbagai aspek terkait pariwisata.

Hal ini wisata yang menjadikan sektor pertanian atau perkebunan sebagai objek utamanya, sehingga tentunya objek utama yang ditonjolkan adalah pemandangan alam khas kawasan pertanian dan berbagai aktivitas yang berkaitan dengannya. Adanya kegiatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



agrowisata juga diharapkan dapat memperluas wawasan dan menawarkan pengalaman wisata yang berbeda kepada pengunjung. (Dewantara et al., 2022)

b. Pengembangan agrowisata di Riau

Pariwisata mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, antara lain sebagai sumber devisa negara, pemerataan dan peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan, memperkokoh persatuan dan solidaritas, serta mengenal kebudayaan nasional (Satriawan et al., 2021). Riau memiliki berbagai jenis tempat wisata yang tersebar di berbagai daerah dengan ciri khasnya masing-masing. Wilayah daratan Riau mempunyai potensi dan warisan budaya yang berharga serta mempunyai ciri khas tersendiri yang harus dikembangkan, dikelola dan dipromosikan untuk menarik wisatawan. Salah satu pembenahan pengembangan agrowisata di Riau adalah kawasan Tenayan Raya, tepat di Jalan Kadiran Kulim. , Kecamatan Tenayan Raya, Kota. Pekanbaru, Riau. Ada wisata edukasi lingkungan yang sayang untuk dilewatkan. Di lahan seluas 6 hektar ini terdapat berbagai jenis objek wisata agrowisata Tenayan. Apalagi letaknya tepat di kota, siapa pun yang menyukai lingkungan pedesaan akan senang berada di sini. Dengan kegiatan seperti belajar menanam dan memanen, memberi makan hewan, memancing, serta menikmati pemandangan indah dan aroma udara segar.

Menurut Irene dan Celsius dan Grace, perkembangan kegiatan Agrowisata secara langsung maupun tidak langsung akan meningkatkan persepsi positif petani dan masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian sumber daya lahan pertanian. (Entrepreneurship & Riau, 2021) Agrowisata juga menjadi salah satu motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, baik karena nilai sejarahnya, keindahan alamnya maupun yang terdapat di daerah tersebut seperti cagar alam, kebun raya, situs

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.



bersejarah, perkebunan dan sebagainya. Untuk ini dalam satu Kawasan wisata hendaknya memperkenalkan, mengembangkan dan membangun beberapa atraksi wisata baru dan menarik agar wisatawan selalu tertarik untuk mengunjungi kawasan wisata. (Juliarti dkk., 2024). Kemampuan pengelola agrowisata menetapkan tujuan dan menyediakan, mengemas, menyajikan paket wisata dan promosi yang berkelanjutan sesuai dengan Potensi yang dimiliki sangat menentukan keberhasilan dalam menarik wisatawan. (Dewantara dkk., 2022) Dalam hal ini keberadaan/peranan seorang pemandu wisata dinilai sangat penting. Dengan dikembangkannya agrowisata, Provinsi Riau mempunyai tujuan ganda, antara lain untuk mempromosikan produk-produk sektor pariwisata, meningkatkan volume penjualan, membantu meningkatkan pendapatan, membantu meningkatkan pendapatan masyarakat daerah.

c. Pengembangan agrowisata di Inhu

Setiap daerah mempunyai keindahan dan kekayaan alam yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Untuk memperlancar pembangunan, setiap daerah mempunyai kewenangan tersendiri dalam pengembangan pariwisata yang ada. Menurut Simanjuntak, berkembangnya suatu destinasi wisata di suatu daerah bergantung pada produk wisata yang ditawarkan destinasi tersebut. (Kewirausahaan dan Riau, 2021)

Potensi agrowisata hutan alam yang dimiliki salah satu kabupaten tertua di Riau, termasuk Taman Nasional Bukit Tigapuluh yang menjadi surga tersembunyi di bumi. Ekosistem Agrowisata Hutan TNBT sangat berbeda dengan ekosistem taman nasional lainnya karena ekosistem TNBT merupakan hutan hujan tropis dataran rendah dan merupakan peralihan antara hutan rawa dan hutan pegunungan khusus pegunungan Bukit Barisan. Air terjun di sekitar Taman Nasional Bukit Tigapuluh, Kabupaten Indragiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hulu (Inhu), Riau menyimpan keindahan alam yang luar biasa.

Selain potensi alam tersebut, di kawasan ini juga terdapat komunitas internal dalam segala bentuknya seni dan budaya, adalah masyarakat Talang Mamak. Agar potensi tersebut diketahui. Salah satu event untuk mempromosikan agrowisata hutan adalah Festival Batang Gansal. Acara bertajuk Kebudayaan dan Pariwisata ini sudah menjadi agenda tahunan di Inhu. Dengan dikembangkannya agrowisata mempunyai tujuan ganda, antara lain untuk mempromosikan produk-produk sektor pariwisata, meningkatkan volume penjualan, membantu meningkatkan pendapatan, membantu meningkatkan pendapatan masyarakat daerah.

Bentuk-bentuk agrowisata sebagai berikut:

- a) Agrowisata tanaman bunga dan buah-buahan

Daya tarik pepohonan sebagai daya tarik wisata adalah tempat pepohonan yang berbuah dan berbunga, terletak di tempat yang indah dan mempunyai keunikan teknik budidaya, cara menanam buah secara tradisional.

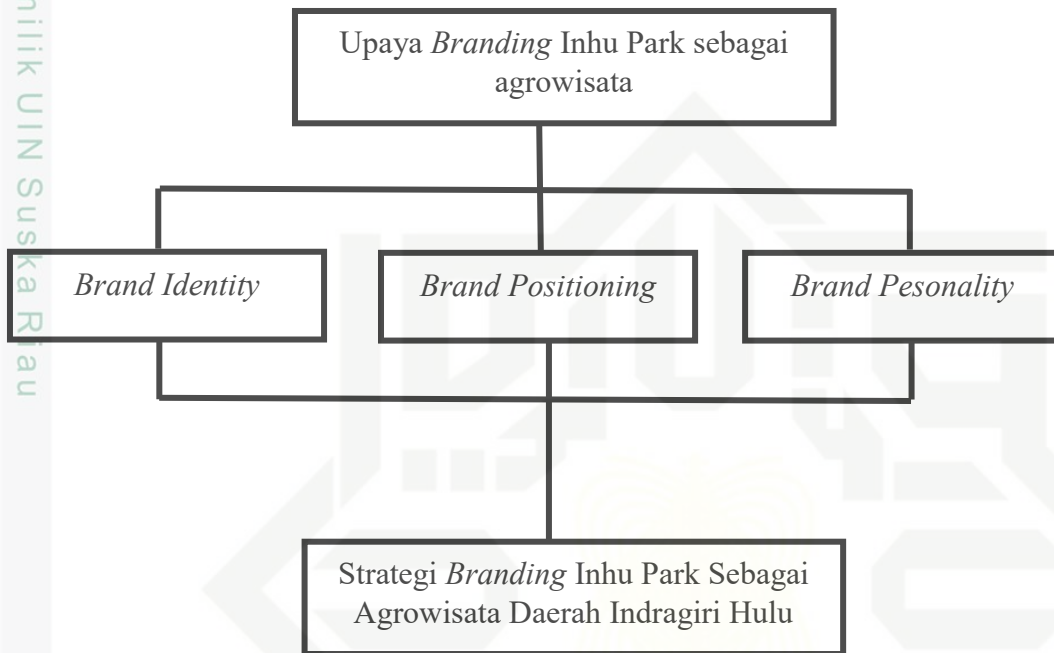
- b) Agrowisata perkebunan

Perkebunan bisa menjadi objek wisata yang menarik untuk diketahui. Kegiatan wisata pada kelompok ini dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan reproduksi, pemeliharaan, pengelolaan, dan pemasaran. (Mulyono & Mubarak, 2019) Selain itu, daya tarik yang ditawarkan kepada pengunjung terdapat pada pemandangan alam yang dilengkapi dengan udara segar.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir adalah suatu bentuk proses dalam penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengkonsepkan dalam bentuk kerangka pikir sehingga mempermudah saat melakukan penelitian ini.

Adapun kerangka pemikiran pikir dari peneliti ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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



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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metedologi penelitian merupakan sebuah proses yang dapat digunakan untuk mendekati masalah dan menacari sebuah jawaban dari penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menghasilkan data dsekriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang diamati.(Dr.Abdul Fattah Nasution, 2023)

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana penelitian yang dilakukan untuk mengetahui membangun *brand* Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu serta mengetahui bagaimana cara mempertahankan brand. Prosedur penelitian ini mengahasilkan data deskriptif dan tahap pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di tempat wisata Inhu Park Jl. Batu Canai-Kelurahan Pematang Reba, Kecamatan Rengat Barat, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden atau objek penelitian atau atau hubungan dengan objek yang diteliti, data tersebut dapat diperoleh dari lapangan. Sumber data primer ini adalah mengenai branding Inhu Park Sebagai Agrowisata daerah dalam promosi tempat wisata.

3.3.2 Data Skunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung peneliti. Data yang skuder yang di peroleh

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.

dari buku, artikel, Jurnal, dan sebagainya yang berhubungan dengan Strategi Branding Inhu Park sebagai Agrowisata daerah Kabupaten Indragiri Hulu.

3.4 Informan Penelitian

Informan merupakan subjek untuk memahami informasi tentang sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek penelitian, adapun yang termasuk wisatawan dan pengelola wisata di Inhu Park.

Data informan penelitian:

No	Nama	Kategori	keterangan
1	Satro Paidi	Owner Inhu Park	Utama
2	Agung Hendra Kusuma	Manager Inhu Park	Utama
3	Ayu Wirianti	Pelayanan Komunikasi	Pendukung
4	Mawat Dantunissa	Staf	Pendukung
5	Gadis Asma Ramadan	Wisatawan	Pendukung

Gambar 2 Data Informan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang paling utama adalah observasi dan wawancara mendalam. Untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, peneliti menggunakan wawancara yang terstruktur, observasi dan dokumentasi. (L, 2022)

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan yang dilakukan untuk mengamati, mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap fenomena yang akan diteliti.

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang didapat dari keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung dengan



orang yang memberikan keterangan. Teknik ini memberikan data skunder dan primer memberikan dukungan terhadap penelitian.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bagian penting dalam penelitian ini, dengan cara mengunpulkan data yang dianggap penting untuk hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk cari data yang ada di tempat Inhu Park. Dokumentasi dilakukan di lapangan antara lain tempat wisat Inhu Park, kondisi sarana & prasarana dan objek daya tarik wisata.(sugiono, 2022)

3.6 Validasi Data

Validasi data, data yang terkumpul merupakan proses penelitian awal kelanjutan analisis data. Data memegang peranan penting sehingga diperlukan validitasnya(L, 2022). Karena data yang buruk akan menghasilkan kesimpulan yang buruk dan sebaliknya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan salah satu cara untuk mendapatkan data sumber berbeda dengan teknik yang sama. Triangulasi sumber berfungsi untuk menguji keandalan data dengan cara memverifikasi data yang diperoleh dari beberapa sumber. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber akan dilakukan dengan pertanyaan yang sama, tentang peran Inhu Park Seabagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu.

3.7 Teknik Analisis Data

Analsis data digunakan pada penelitian deskriptif kualitatif, dalam pengelolaan data yang di peroleh harus menggunakan metode kualitatif. Data yang di dapat dari peneliti melalui instrumen peneltian adalah wawancara dan observasi. Teknik analisi data merupakan proses penyelesaian secara sistematis tentang bagaiman wawancara, catatan dilapangan dan bahan lainnya agar mudah diteliti dan disajikan temuannya.(Pahleviannur et al., 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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.7.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses rangkuman seluruh data yang yang diperoleh menjadi satu bentuk naskah yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian dibuat menjadi bentuk tulisan. Dari hasil wawancara dijadikan bentuk verbatim wawancara.

3.7.2 Penyajian Data

Merupakan kegiatan mengumpulkan informasi yang tersusun, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif ialah teks catatan lapangan.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan data yang didapat dari lapangan, proses ini pengambilan keputusan atau pernyataan berdasarkan informasi atau data yang tersedia. Dalam konteks berpikir kritis, inferensi bertujuan untuk memahami atau menyimpulkan sesuatu dari fakta, argumen atau bukti yang ada. Proses ini melibatkan analisis dan pemikiran logis untuk menghubungkan informasi yang relevan dan menyimpulkan hasil yang dapat diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Umum Inhu Park

Inhu Park merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang wisata yang berupa perkebunan yang berupa jasa wisata. Wisata ini mengusung konsep agrowisata, dibangun pada awal 2020, pembangunan diatas lahan seluas 8 hektare. Inhu Park berada dijalan Batu canai Kecamatan Rengat, Kabupaten indagiri Hulu, Riau. lokasinya tidak jauh dari pusat, inhu park ini pertama kali diresmikan dan dibuka untuk umum pada tahun 2022. Usaha tersebut memanfaatkan lahan 8 hektar dengan mengusung konsep agrowisata.



Gambar 3 keindahan dan kearian alam Inhu Park

Sumber: Akun Instagram @inhupark.indonesia

Pengembangan Inhu Park menjadi agrowisata, membuat pengelola menanam berbagai jenis tanaman buah-buahan. Di antaranya buah naga, jeruk, cempedak, durian, pepaya, dan juga jengkol serta tanaman buah-buahan tersebut sudah panen, maka pengunjung bisa memetik dan menikmati buah-buahan hasil panen sendiri di InhuPark untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha . Selain menawarkan rekreasi kebun yang menjadi fokus utama, agrowisata ini menawarkan studi wisata tentang konsep taman serta paket reservasi berbagai paket rekreasi keindahan tanaman yang ada di inhu park. Apalagi kawasan Inhu Park berbentuk lereng bukit. Sehingga Kondisi tersebut membuat letak Inhu

Park, menjadi lebih tinggi dibandingkan daerah di sekelilingnya, pada saat senja, lokasi Inhu Park menjadi pilihan untuk menikmati matahari terbenam atau sunset.

Pengunjung hanya perlu membeli tiket masuk seharga Rp 15.000 perorang dengan menggunakan biaya parkir yang sangat terjangkau, untuk sepeda motor dikenakan biaya Rp 3.000 per sepeda motor dan Rp 5.000 per mobil, dengan area camping di ujung, anda bisa menikmati indahnya matahari terbenam di sore hari. Dengan tiket camping Rp 25.000, begitu masuk ke kawasan wisata Inhu Park, begitu masuk ke kawasan wisata Inhu Park, hamparan rumput hijau sejalan dengan konsep agrowisata. Adanya hamparan rumput dan berbagai jenis pohon serta berbagai jenis buah-buahan terutama buah jeruk. Dan terdapat hewan seperti, kelinci, domba, burung, serta ikan sebagai tarik destinasi wisata yang bisa dinikmati wisatawan. Banyak pelancong yang memanfaatkan destinasi ini untuk piknik dan kongko santai sembari menikmati datangnya senja. Bahkan, tiada sedikit warga melakukan dokumentasi pra nikah atau foto prewedding di kawasan Inhu Park. Argowisata tersebut sangat ramah keluarga, di sini ada wahana permainan anak-anak dan berbagai spot foto. Fasilitas yang disediakan juga tergolong lengkap dan bersih, mulai dari tempat ibadah, kafe, dan MCK. Membuat pengunjung merasa betah dan nyaman saat berlibur.



Gambar 4 logo Inhu Park

Sumber: Akun Instagram @inhupark.indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

4.2 Visi dan Misi Inhu park

4.2.1 Visi

Menjadi perusahaan pariwisata (rekreasi) yang lengkap, nyaman, ramah lingkungan dan pilihan utama para wisatawan.

4.2.2 Misi

- 1) Mengelola dan mengembangkan potensi wisata
- 2) Memperkenalkan potensi wisata kepada wisatawan
- 3) Meningkatkan pelayanan publik yang ramah,nyaman,dan bersih
- 4) Memberikan kontribusi masyarakat.

4.3 Struktur Ogranisasi Inhu Park

Owner: Paidi

Manager: Agung Hendra

Informasi: Ayu

Minimarket: Bunga

Cafe: Tri utami, Inop, Melda

Tiket Masuk: Yastanwil

Parkir: Enggi

Peternakan: Medi

Perkebunan: Rinan, Hardi

Kebersihan: Rizki, Hartono

Playground: Tia

Penjaga: Ingan, udin



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

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan data pada Strategi Branding Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah kabupaten Indragiri Hulu, peneliti menyimpulkan sebagai berikut: *Brand identity*, *brand personality* dan *brand positioning*. *Identity* berfokus dari identitas sebuah wisata yang dikenalkan kepada wisatawan yang berkunjung. Identitas wisata dicerminkan dari nama, logo, slogan dan merek wisata Inhu Park tersebut. *Brand personality* berfokus pada ciri khas sebuah tempat wisata, unggulan daya tarik utama dan memberikan pembeda dari tempat wisata lainnya. *Brand Positioning* berfokus pada wisata Inhu Park dalam memposisikan tempat wisata ini memiliki nilai jual yang lebih dibandingkan wisata lainnya.

Dalam strategi mempromosikan wisata secara online merupakan mempertahankan *brand positioning* yang dilakukan oleh pihak wisata Inhu Park. Media sosial yang digunakan adalah instagram, tiktok dan facebook. Media sosial tiktok berfungsi sebagai pengembangan informasi dan mengajak pengunjung dalam kegiatan Inhu Park. Tiktok berfokus meingkatkan brand awerness pada wisata Inhu Park dikarenakan suatu brand yang meningkat, wisatawan dapat mengingat nama, logo, slogan dan merek wisata Inhu Park. Sedang untuk media facebook berfokus pada informasi yang dibagikan oleh Inhu Park, informasi yang lebih spesifik mengenai tempat wisata Inhu Park, serta sebagai penyimpanan arsip dokumentasi tentang aktivitas diwisata Inhu Park. Mem-*branding* secara langsung atau offline yang dilakukan oleh Inhu Park dengan cara melakukan ivent, baleho, dan kerjasama pihak terkait. Promosi melalui ivent bertujuan untuk menarik daya tarik wisatawan, melalui bahelo promosi dilakukan meningkatkan kesadaran masyarakat lokal terhadap potensi alamnya. Baleho juga bertujuan untuk manarik wisatawan sekitar yang melihatnya. Sedangkan kerjasama dilakukan pihak terkait, seperti



Sponsorship, BPJS, dan Disporapar, serta lembaga atau instansi lainnya bertujuan untuk meningkatkan daya tarik sebuah wisata yang dipromosikan.

6.2.2 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Wisata Inhu Park tetap konsisten dalam membangun inovasi-inovasi dengan berbagai acara-acara atau event yang menarik. Yang bertujuan dalam meningkatkan pertumbuhan dalam perkembangan wisata, agar dapat mengenal lebih luas.
2. Disarankan membuat blog sendiri mengenai tempat wisata ini, agar lebih luas dalam penyampain informasi kepada publik. Bertujuan untuk lebih kenal khalayak luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hal Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

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



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 Syaif Kasim Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., Kadir, I., & Mandar, P. (n.d.). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PARIWISATA KABUPATEN POLEWALI MANDAR*.
- Alhogbi, B. G., Arbogast, M., Labrecque, M. F., Pulcini, E., Santos, M., Gurgel, H., Laques, A., Silveira, B. D., De Siqueira, R. V., Simenel, R., Michon, G., Auclair, L., Thomas, Y. Y., Romagny, B., Guyon, M., Sante, E. T., Merle, I., Duault-Atlani, L., Anthropologie, U. N. E., ... Du, Q. (2018). Suryani, I., & Susanto, T. T. (2018). STRATEGI DESTINATION BRANDING EVENT BUDAYA PEMERINTAH KOTA BANDUNG SEBAGAI MAGNET PARIWISATA. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 3(4), 56-70. *Gender and Development*, 120(1), 0–22.
http://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/1._ahmed-affective_economies_0.pdf%0Ahttp://www.laviedesidees.fr/Vers-une-anthropologie-critique.html%0Ahttp://www.cairn.info.lama.univ-amu.fr/resume.php?ID_ARTICLE=CEA_202_0563%5Cnhttp://www.cairn.info.
- Amadia, R. (2020). Destination Branding Lembah Harau Sebagai Kawasan Ekowisata. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 2(1), 10–21.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v2i1.83>
- Amdan, N. S., Alifi, M. I., Muhaemin, M., Ramadhan, A., Pratiwi, M., Fitriyah, N., & Muldi, A. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Kampung Wisata Pekijing. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 72–79. <https://doi.org/10.30653/002.202271.26>
- Andrianto, T., & Bandung, P. N. (2021). *PENGARUH BRAND POSITIONING WONDERFUL INDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MANCANEGARA UNTUK BERKUNJUNG KE INDONESIA (Survei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Sing April 2016*.
<https://doi.org/10.17509/thej.v4i1.1983>
- Annisa, R. R. I. (2023). Strategi Branding Destinasi Wisata Kawasan 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Internasional Bintang Resorts Pasca Pandemi Covid 19. *Commercium* , 6, 53–61. <https://bintanresortcakrawala.com>
- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 59–66. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1041>
- Bib, (2023). Destinasi Wisata di Inhu Riau, Ada Air Terjun dan Danau Raja. *Mediacenter.Riau.Go.Id*. <https://mediacenter.riau.go.id/read/82620/destinasi-wisata-di-inhu-riau-ada-air-terjun-.html>
- Classification, J. E. L. (2020). *L83, Z32, M31 Gayane Tovmasyan*,. 6718(1), 167–181.
- Dr.Abdul Fattah Nasution, M. P. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Harfa Creative*.
- Fahmi, S., & Wijayanti, A. (2023). *UPAYA MEMPERTAHANKAN PLACE BRANDING WISATA HALAL*. 5(1), 1–11.
- Fajri, N., Amanah, A. ;, & Syahida, R. (2019). Strategi Public Relation Dalam Membentuk Village Branding Wisata Kungkuk Kota Batu. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(4), 249–254. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1955>
- Fajriandhany, A., Gemiharto, I., & Rizal, E. (2020). Branding Riau The Homeland Of Melayu Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Dan Kunjungan Wisata Di Provinsi Riau. *Tornare*, 2(3), 51–62. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i3.29696>
- Fakhriyyah, D. D., Munawaroh, D., Utami, D., Putri, D., Nisa, K., Khaliza, F. N., Ahmad, F., Jaffan, J., Maimun, M., & Mudzakkir, M. (2022). Strategi Promosi Digital Marketing Wisata Rafting Guna. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 10–14.
- State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Hanna, S., Rowley, J., & Keegan, B. (2021). Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain. *European Management Review*, 18(2), 105–117. <https://doi.org/10.1111/emre.12433>
- Hermawan, E. (2019). Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 7(2), 87–95.
- Imam Iskandar, M., & Ariffudin Islam, M. (2021). Destination Branding: Pendekatan Segmentation, Targetting, Dan Positioning Dalam Perancangan Media Wisata Bahari Tlocor Sidoarjo. *Jurnal Barik*, 1(3), 164–180. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., Campo, S., & Molinillo, S. (2020). Linking the online destination brand experience and brand credibility with tourists' behavioral intentions toward a destination. *Tourism Management*, 79(February 2019). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104101>
- Kewirausahaan, A. bagi M. dalam M. J., & Riau, di T. R. P. (2021). Jurnal abdidas. *Jurnal Abdidas*, 2(5), 1092–1098. <http://abdidas.org/index.php/abdidas> Persiapan
- Kris Cahyani Ermawati. (2021). Peranan Produk Wisata Dan Brand Strategy Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di The Herritage Palace Sukoharjo. *Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2(2), 146–155. <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v2i2.366>
- Kumail, T., Qeed, M. A. Al, Aburumman, A., Abbas, S. M., & Sadiq, F. (2022). How Destination Brand Equity and Destination Brand Authenticity Influence Destination Visit Intention: Evidence from the United Arab Emirates.



- 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
- Journal of Promotion Management*, 28(3), 332–358.
<https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1989540>
- Kurniawan, C. (2022). Analisis Kinerja Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Bengkulu Dalam. *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer*, 2(2), 225–234.
- Kusuma, C. S. D. (2019). Mice- Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52–62.
<https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420>
- L, J. M. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasini* (Issue Maret).
<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Liu, S., Wang, X., & Wang, L. (2022). *Influence of Non-Standard Tourist Accommodation 's Environmental Stimuli on Customer Loyalty : The Mediating Effect of Emotional Experience and the Moderating Effect of Personality Traits*.
- Mandagi, D., Centeno, D., & Indrajit. (2022). Destination brand gestalt and its effects on brand attachment and brand loyalty. *Philippine Management Review*, 29, 1–24. <https://pmr.upd.edu.ph/index.php/pmr/article/view/359>
- Michandani, E. S., & Arida, I. N. S. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 111.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i01.p17>
- Muhammad, B. L., & Utami, T. L. W. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technollog*, 2(1), 1–8. <https://journal.unimma.ac.id>
- Mulyono, S. (2024). Inhu Kaya Akan Tempat Wisata, Inhu Park Masih Menjadi Primadona yang Paling Banyak Diminati Pengunjung.
<https://Csnindonesia.Com/>. <https://csnindonesia.com/2024/04/14/inhu-kaya->



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

akan-tempat-wisata-inhu-park-masih-menjadi-primadona-yang-paling-banyak-diminati-pengunjung/

Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., & Saputra, D. N. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Pradina Pustaka*.

Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruhi, D. A. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214. <https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13727>

Permatasari, D. N. C. (2022). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan melalui Visual Branding dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 9–22. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.794>

Piva, E., & Prats, L. (2021). Regional destination and brand identity: The case of piedmont, italy. *Scienze Regionali*, 20, 83–106. <https://doi.org/10.14650/97103>

Poti, J., & Hendrayady, A. (2020). Membangun Branding Image Kepulauan Riau sebagai Destinasi Wisata Nasional. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 60–78. <https://doi.org/10.31629/juan.v8i1.1868>

Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20993>

Prayitno, A. A., Winarno, G. D., & Harianto, S. P. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Perception of Tourists To the Tourism Attraction Object in Ketapang Beach , Pesawaran District , Lampung Province. *Journal of Tropical Marine Science*, 4(2), 65–72.

Ramadan, M. (2022). Inhu Park Menjadi Salah Satu Destinasi Wisata Inhu Yang Ramai di Serbu Pengunjung Saat Weekend. *Suaraaktual.Co*.

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

- <https://www.suaraaktual.co/read-31001-2022-11-20-inhu-park-menjadi-salah-satu-destinasi-wisata-inhu-yang-ramai-di-serbu-pengunjung-saat-weekend.html>
- Rather, R. A., Najar, A. H., & Jaziri, D. (2020). Destination branding in tourism: insights from social identification, attachment and experience theories. *Anatolia*, *31*(2), 229–243. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1747223>
- Razak, J., & Novianti, E. (2022). Konsep Branding Wisata Berbasis Pemasaran Digital Di Desa Sirnajaya, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pariwisata*, *9*(1), 1–13. <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.11803>
- Reksiana, E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., & Dwi, L. F. (2022). *OPTIMALISASI DESA WISATA BERBASIS UMKM MELALUI LOKAL BRANDING DESA SUMBERMUJUR KAB. LUMAJANG*. *3*(2), 1084–1090.
- Riki. (2023). Inhu Park Destinasi Wisata Favorit Menikmati Senja. <https://www.halloriau.com/>. <https://www.halloriau.com/read-traveling-1439083-2023-06-07-inhu-park-destinasi-wisata-favorit-menikmati-senja.html>
- Rizky, T. (2023). Banyak Spot Foto Menarik, Inhu Park Jadi Agrowisata Idola Warga Artikel ini telah tayang di Tribuntribunpekanbarutravel.com dengan judul Banyak Spot Foto Menarik, Inhu Park Jadi Agrowisata Idola Warga, <https://tribunpekanbarutravel.tribunnews.com/2023/01/>. <https://tribunpekanbarutravel.tribunnews.com/2023/01/30/banyak-spot-foto-menarik-inhu-park-jadi-agrowisata-idola-warga?page=all>
- Stevanie S., B., Wijayanti S., A., & Raditya, A. (2016). Perancangan Destination Branding Sentra Industri Tas Dan Koper Sebagai Wisata Belanja Di Tanggulangin. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*(8), 10.
- Subarkah, A. R., Junita Budi Rachman, & Akim. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisataan:*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan, 4(2), 84–97.

<https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>

sugiono, yusuf. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Issue January).

Suryani, A. I. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal. *Jurnal Spasial*, 3(1). <https://doi.org/10.22202/js.v3i1.1595>

Syaifudin, R. (2021). Pengembangan Digital Marketing Melalui Media Sosial; Kampung Wisata Pipitan, Kota Serang. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 3(3), 165–171. <https://doi.org/10.29303/jwd.v3i3.151>

Takalar, D. I. K. (2019). *MENGIDENTIFIKASI KEPERIBADIAN WISATAWAN DI KABUPATEN TAKALAR. 1.*

Talalu, T. R., Putri, C. F. I. L. D., & Mokodompit, I. V. (2021). Digital Marketing: Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *ETTISAL : Journal of Communication*, 6(2), 215. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i2.6619>

Tepav̇, J. (2021). *Personality Traits That Affect Travel Intentions during Pandemic COVID-19 : The Case Study of Serbia.*

Tran, N. L., & Rudolf, W. (2022). Social Media and Destination Branding in Tourism: A Systematic Review of the Literature. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013528>

Trisakti, F. A., & Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v7i1.9692>

Yatra, S. (2021). Pengaruh New Normal Terhadap kegiatan Pariwisata di indonesia. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 2(3), 28–42.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI WAWANCARA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Informan 1 Owner wisata Inhu Park, pada waktu 15 Agustus 2024, via chat whatsapp



Informan 2 Bapak Agung Hendra Kusuma, sebagai manager wisata Inhu Park, Waktu dan tempat, 21 Agustus 2024, wisata Inhu Park.

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.



Informan 3 Ayu Wirianti, Sebagai staf pelayanan komunikasi. Waktu dan tempat, 22 Agustus 2024, wisata Inhu Park



Informan 4 Mawat Datunnisa sebagai staf pelayanan. Waktu dan tempat, 22 Agustus 2024, wisata Inhu Park



Informan 5 Gadis Asma Ramadan, sebagai wisatawan. Waktu dan tempat, 22 Agustus 2024, wisata Inhu Park



PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa sejarah wisata Inhu Park dan kapan dibuka secara umum?
2. Apa karakteristik dari konsep agrowisata Inhu Park
3. Apa saja wahana unggulan pada wisata Inhu Park
4. Apa Inhu park memiliki slogan atau tagline, jika ada, apa makna dari slogan Inhu Park?
5. Apa yang menjadi tarik utama dari wisata Inhu Park, apa memiliki ciri khas tersendiri?
6. Apa perbedaan wisata Inhu Park?
7. Apa kelebihan dari wisata Inhu Park dari sarana dan prasana yang ada wisata ini? Dan apa kekurangan dari sebuah wisata ini?
 8. Bagaimana kualitas pelayanan dan wahana yang diberikan oleh Inhu Park/
 9. Apa pengunjung sangat menikmati wisata yang mengusung konsep agrowsiata Inhu Park?
 10. Bagaimana Inhu Park meningkatkan daya tarik pada wisata yang ada di Indragiri Hulu?
 11. Apa segemntasi yang digunakan wisata Inhu Park?
 12. Apa strategi yang digunakan dalam membranding Inhu Park, dan menggunakan media apa sebagai promosi Inhu Park?
 13. Bagaimana Inhu Park membranding wisata secara offline/langsung?
 14. Ivent apa yang diselenggarakan oleh wisata Inhu Park
 15. Apa Inhu Park berkerjasama dengan pihak terkait?
 16. Bagaimana menampung kritikan dan keluhan pengunjung di inhu park?

Pedoman wawancara tambahan wisatawan.

1. Apa yang membuat saudara tertarik mengunjungi wisata Inhu Park ini?
2. Apa tanggapan saudara dengan wisata Inhu Park?
3. Apa tanggapan saudara tentang pelayanan dan fasilitas di inhu park?
4. Apa pendapat saudara tentang kekurangan dari wisata ini?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Wahyu jamil lahir pada 30 Juli 2000 di Harapan Jaya, Kecamatan Tempuling, Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Ayahanda Asnawi dan Ibu Khadijah. Penulis pertama kali masuk di SD Negeri 020 Harapan Jaya dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MTs Subulussalam Harapan Jaya, lulus pada tahun 2017. Setelah lulus dari MTS, penulis melanjutkan pendidikan di MAS Madinatun Najjah Rengat dan dinyatakan lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri tepatnya di UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis menyelesaikan Kuliah Srata Satu 1 pada tahun 2024. Dengan ketekunan dan motivasi yang kuat dari orang tua, keluarga, dosen, dan sahabat membuat penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pendidikan dan masyarakat.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur sebesar-besarnya atas terselesaikan skripsi yang bertajuk **“Strategi Branding Inhu Park Sebagai Agrowisata Daerah Kabupaten Indragiri Hulu”**, penulis dinyatakan **LULUS** pada tanggal 18 Desember 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU