

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAHAN KECAMATAN TANJUNG MEDAN ROKAN HILIR DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU NAPANGGA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Tugas Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu komunikasi (S.I.KOM)

OLEH :

BAMBANG SISWANTO
NIM : 12040317048

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAWKAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2024 M /1446 H

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAHAN KECAMATAN TANJUNG MEDAN
ROKAN HILIR DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU NAPANGGA**

Disusun oleh :



Bambang Siswanto
NIM. 12040317048

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 10 Oktober 2024

Pembimbing,



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

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

PENGESAHAN 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 : Bambang Siswanto
NIM : 12040317048
Judul : Strategi Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga

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

Hari : Senin
Tanggal : 04 November 2024

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

Pekanbaru, 15 Januari 2025
Dekan



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA
NIP. 198111182009011006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,



Dr. Kodarti, S.ST, M.Pd, CIIQA
NIP. 19750927 2023211 005

Sekretaris/ Penguji II,



Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Penguji III,



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

Penguji IV,



Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Pekanbaru, 10 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 : Bambang Siswanto
NIM : 12040317048
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga

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

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

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

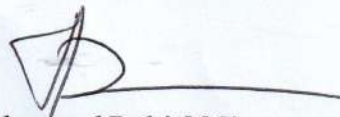
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



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

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.

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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bambang Siswanto
NIM : 12040317048
Tempat/Tgl.Lahir : Riau, 01 Januari 2000
Jurusan/Semester : Ilmu Komunikasi/IX
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Lulus Munaqasah : 4 November 2024
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAHAN
KECAMATAN TANJUNG MEDAN ROKAN HILIR
DALAM MENGEMBANGKAN WISATA DANAU
NAPANGGA

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 perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 21 Januari 2025
Yang membuat pernyataan



Bambang Siswanto
NIM : 12040317048

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

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

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

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

Nama : Bambang Siswanto
NIM : 12040317048
Judul : Strategi Komunikasi Aparatur Desa Dalam mengembangkan Wisata Air Panas Desa Tangga Batu Rokan Hilir

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 13 Juni 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, 14 Juni 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Dr. Sudianto, S.Sos., M.L.Kom
NIP.19801230 200604 1 001


Darmawati, M.L.Kom
NIP.19920512 202321 2 048

ABSTAK

Nama : Bambang Siswanto
Nim : 12040317048
Jurusan : Ilmu Komunikasi (*Public Relation*)
Judul : **Strategi Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga**

Strategi Komunikasi adalah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Penelitian ini dilatar belakangi oleh Pemerintahan Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir Yang Masih Perlu Dilakukannya Strategi Komunkasi Pada Pengembangan Wisata Danau Napangga. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga Di Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Penelitian ini menggunakan pedekatan deskriptif kualitatif dan peneliti mengumpulkan informasi melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pemerintahan kecamatan, menggunakan strategi pengembangan dengan membuat event di sekitar danau napangga. Ada empat langkah strategi komunikasi yang dilakukan pemerintahan camat dalam mengembangkan wisata tersebut, pertama adalah menetapkan komunkator yaitu pemerintahan kecamatan sebagai komunikator utama. Kedua menetapkan target, yang mana target di sisni ialah ketua POKDARWIS dan kordinator pengembangan wisata. Ketiga menyusun pesan, pesan yang digunakan harus menarik wisatawan sebagai promosi. Keempat pemilihan media, media seperti *instagram*, *facebook*, dan media online lainnya serta media cetak. Dalam hal pengembangan wisata disini pemerintahan kecamatan melakukan sosilisasi terhadap POKDARWIS untuk bersama-sama mengembangkan wisata setelah penelitian ini dilakukan dapat dilihat perubahan dari akses jalan yang membaik dan perawatan sarana dan prasarana serta lebih banyak event yang dilaksanakan untuk meningkatkan pengunjung.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pemerintahan Kecamatan, Pengembangan Wisata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRACT

Name: Bambang Siswanto

Number: 12040317048

Major: Communication Science (Public Relations)

Title: Communication Strategy of the Tanjung Medan Rokan Hilir District Government in Developing Lake Napangga Tourism

Communication Strategy is a guide to communication planning and communication management to achieve a goal. This study was motivated by the Tanjung Medan Rokan Hilir District Government Which Still Needs to Implement Communication Strategy in Developing Napangga Lake Tourism. This study aims to determine how the Communication Strategy of the District Government in Developing Napangga Lake Tourism in Tanjung Medan Rokan Hilir District. This study uses a qualitative descriptive approach and researchers collect information through in-depth interviews, observation and documentation. The results of the study show that the sub-district government uses a development strategy by creating events around Napangga Lake. There are four communication strategy steps taken by the sub-district government in developing the tourism, the first is to determine the communicator, namely the sub-district government as the main communicator. Second, setting a target, where the target here is the head of POKDARWIS and the tourism development coordinator. Third, compiling a message, the message used must attract tourists as a promotion. Fourth, media selection, media such as Instagram, Facebook, and other online media and print media. In terms of tourism development, here the sub-district government conducts socialization to POKDARWIS to jointly develop tourism. After this research was conducted, changes can be seen from improved road access and maintenance of facilities and infrastructure as well as more events being held to increase visitors.

Keywords: Communication Strategy, District Government, Tourism Development

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

5. Bapak Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom selaku Pembimbing yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dari awal bimbingan hingga akhir penyelesaian skripsi ini
6. Seluruh dosen fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.
7. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang membantu peneliti menyelesaikan seluruh administrasi surat-menyurat selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
8. Bapak Bahrul, S.Sos selaku kepala camat Tanjung Medan, Madian Ahmad, Safrizal, Supriaten. yang telah memberikan waktu untuk peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang peneliti perlukan.
9. Untuk mamak ku Jumiatik, Terimakasih sudah menjadi satu-satunya wanita yang paling mengerti dan memahami peneliti, Terimakasih untuk semua perjuangan yang telah dilakukan demi terselesaikannya kuliah terimakasih untuk Do'a-Do'a yang selalu engkau panjatkan sampai akhirnya peneliti sampai ke tahap yang sejauh ini. Terima kasih untuk kasih dan sayangmu yang tak pernah henti engkau berikan kepada anak-anakmu. Sekali lagi terimakasih mamak ku untuk semua support dan dukunganmu terhadap anakmu dan bisa sampai menyelesaikan penelitian ini. Walaupun engkau tidak sampai pada jenjang Pendidikan perkuliahan, gelar sarjana ini sungguh kupersembahkan untukmu terima kasih yang tak terhingga untukmu mamak ku.
10. Untuk Bapak ku Imam S ,Terima kasih sudah menjadi laki- laki hebat, laki-laki yang menjadi panutan bagi peneliti, terima kasih untuk semua pengorbananmu demi keluarga, terimakasih untuk semua jerih payahmu terimakasih ayah atas kerja kerasmu, support, doamu yang tak pernah henti-hentinya hingga akhirnya anakmu ini bisa menyelesaikan penelitian dan akan menjadi sarjana ,sekali lagi terima kasih yang tak terhingga untukmu bapak.
11. Terimakasih untuk saudara kandung ku Komaruddin, Masrurin, syuhada, Khoiruddin, Windari. yang juga selalu memberi support kepada peneliti.
12. Teman terbaik peneliti Wahyu Da'I Fandi Hasibuan, Anjas Asmara, Brain Muttaqin, Ahmad Ruzaini dan Muhammad Diki, Safarudin, Rahmat, Ari. Kawan-kawan PR G yang selalu saling membantu sejak duduk dibangku kuliah hingga bisa sama sama menyelesaikan skripsi dengan baik, dan selalu ada untuk mendukung, dan pantang menyerah menghadapi segala kesulitan yang dihadapi.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah Ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
14. Terakhir untuk diri saya sendiri. Terimakasih untuk Bambang Siswanto karena sudah kuat melewati semua lika dan liku dalam perkuliahan, sesuatu hal yang paling luar biasa untuk bisa sampai ketahap ini. Mari untuk terus melangkah maju dan menjadi seseorang yang lebih baik lagi untuk kedepannya dan terus berusaha dalam menggapai cita-cita yang diinginkan we will be deserved.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

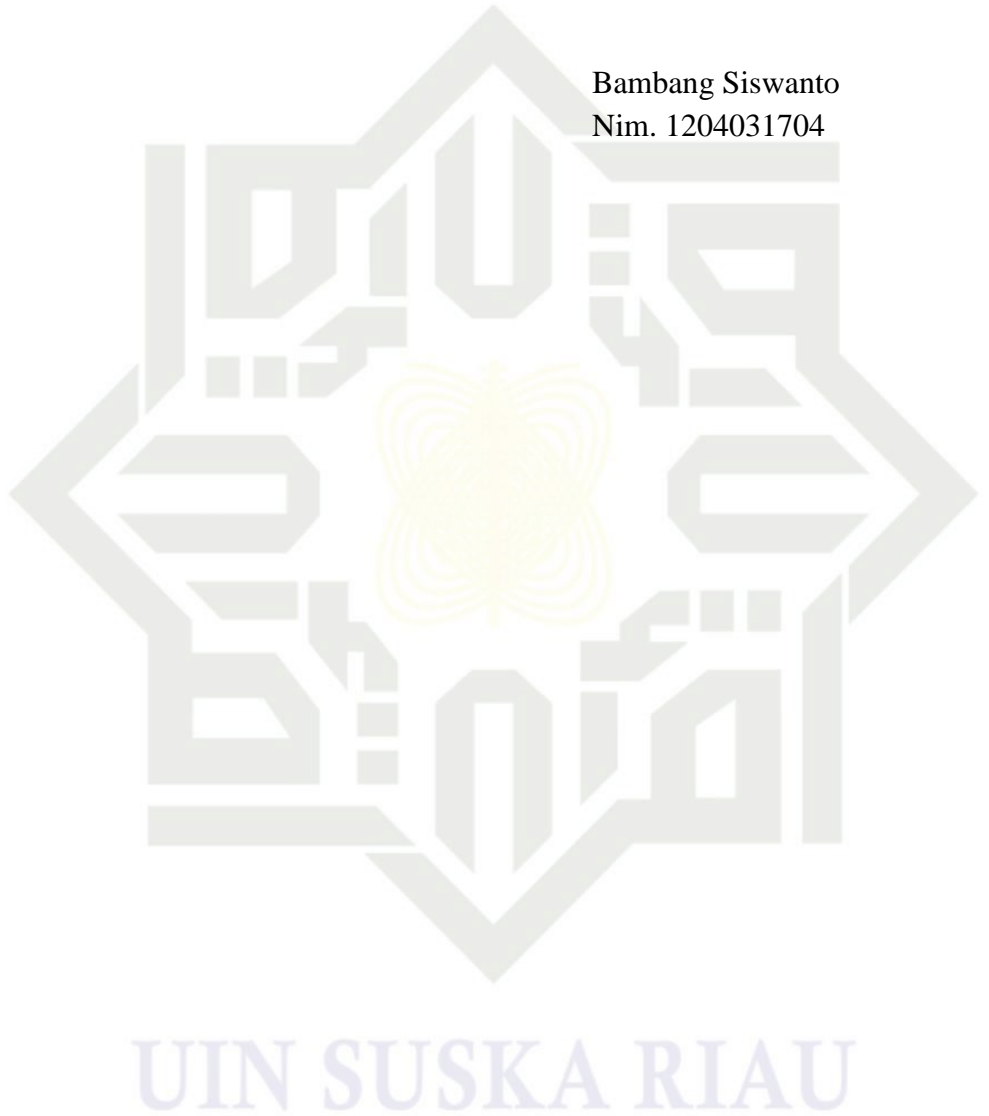
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Peneliti sadar akan banyaknya kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Oleh sebab itu peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran saran baik yang membangun untuk perbaikan yang lebih baik lagi kedepannya. Agar dikemudian hari penulis dapat memperbaiki segala kekurangan. Semoga melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat dan berdampak baik terhadap berbagai kalangan, terkhusus untuk diri penulis sendiri.

Pekanbaru, 1 Oktober, 2024

Peneliti

Bambang Siswanto
Nim. 1204031704



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

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	
NOTA DINAS	
ORISINALITAS	
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR PUSTAKA	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penegasan Istilah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Sumber Data Penelitian	28
3.4 Informan Penelitian	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Validitas Data	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV GAMBARAN UMUM	
4.1 Sejarah Kecamatan Tanjung Medan.....	33
4.2 Keadaan Geografis	34
4.3 Keadaan Penduduk	34
4.4 Gambaran Danau Napangga.....	35

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 V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Hasil Penelitian	37
5.2	Pembahasan	57
BAB VI	PENUTUP	
6.1	Kesimpulan	62
6.2	Saran.....	63
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung	3
Tabel 3.1 Data Informan	29
Tabel. 4.3 Data Penduduk	35
Tabel. 5.1 Data Informan	37



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kecamatan Tanjung Medan.....	34
Gambar 4.4	Plang Danau Napangga.....	36
Gambar 5.1	Dokumentasi Festival Tahunan Danau Napangga.....	40
Gambar 5.2	Dokumentasi Festival Pesona Danau Napangga	40
Gambar 5.3	Dokumentasi Akses Jalan Wisata	44
Gambar 5.4	Dokumentasi Pantai Pasir	45
Gambar 5.5	Dokumentasi Perbaikan Akses Jalan	47
Gambar 5.6	Dokumentasi Akses Jalan yang Sudah Di perbaiki	48
Gambar 5.7	Dokumentasi Media Sosial Promosi.....	53
Gambar 5.8	Dokumentasi Promosi Event	56
Gambar 5.8	Dokumentasi Bersama Pak Camat.....	78
Gambar 5.8	Dokumentasi Wawancara Dengan Pak Camat	78
Gambar 5.8	Dokumentasi Bersama Ketua POKDARWIS.....	79
Gambar 5.8	Dokumentasi Bersama Koordinator Pengembangan Wisata .	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PANDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi pariwisata, untuk itu pemerintah daerah memiliki peranan penting dalam upaya penggalian potensi pariwisata yang belum berkembang ataupun peningkatan daya tarik pariwisata yang telah ada. pariwisata telah menjadi salah satu industri jasa yang menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dan memiliki banyak peluang untuk terus di kembangkan. Menyesuaikan diri dengan industri 4.0 pariwisata pun telah menuju era Pariwisata Go- Digital. Pengembangan industri pariwisata dapat menjadi kegiatan ekonomiyang dapatmengurangi masalah kemiskinan. Industri pariwisata daerah yang sejalan dengan berkembangnya otonomi daerah, memiliki kewenangan dan prioritas dalam mengembangkan perekonomian daerah sebagai alat promosi dalam mengenalkan daerah ke dunia luar. Dalam konteks revolusi industri, di dunia ke Pariwisataan terbaru dikenal dengan istilah "*Digital Tourism*" yakni strategi mempromosikan destinasi wisata melalui berbagai platform. Penyajian budaya, hiburan, atraksi, dan tempat kreatif yang diciptakan oleh pemerintah kota atau negara tentu membutuhkan upaya pemasaran dan periklanan (Arwanto, Caisar Pieter Vega; Nugraha, Setyawan Bagus; Widiyarta, Agus;, 2020).

Menurut Gun, pariwisata sebagai aktivitas ekonomi yang harus dilihat dari dua sisi yakni sisi permintaan (*demand side*) dan sisi pasokan (*supplieside*). Lebih lanjut dia mengemukakan bahwa keberhasilan dalam pengembangan pariwisata di suatu daerah sangat tergantung kepada kemampuan perencana dalam mengintegrasikan kedua sisi tersebut secara berimbang ke dalam sebuah rencana pengembangan pariwisata. Operasionalisasi pengembangan pariwisata memerlukan strategi komunikasi di mana aparaturnya desa, perusahaan sekitar dan masyarakat lokal sama-sama terlibat dalam pengembangan kawasan wisata. Negara adalah fasilitator yang berperan dan bertanggung jawab atas semua kebijakan dan pedoman yang berkaitan dengan pengembangan destinasi dan daya tarik wisata (Tungala, Suanti; Saadjad, Ken Amasita;, 2019).

Pariwisata adalah fenomena sosial yang melibatkan orang, masyarakat, kelompok, organisasi, budaya, dll, yang menjadi subjek penelitian sosiologis. Namun demikian, selama ini belum ada penelitian sosiologis tentang kepariwisataan, padahal kepariwisataan memiliki sejarah yang sangat panjang. Hal ini terkait dengan fakta bahwa pariwisata pada awalnya lebih dilihat sebagai kegiatan ekonomi, namun tujuan utama

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.



pengembangan pariwisata adalah untuk membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat dan negara. Oleh karena itu, pariwisata dapat dilihat sebagai suatu lembaga dengan banyak interaksi, kebudayaan dengan sejarahnya, kumpulan pengetahuan, dan jutaan orang yang merasa dirinya sebagai bagian dari kelembagaan, sehingga pariwisata sebagai konsep dapat di pandang dari berbagai perspektif yang berbeda (Tunggala, Suanti; Saadjad, Ken Amasita;, 2019).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terbagi menjadi 12 kabupaten dan kota secara administratif, kabupaten rokan hilir merupakan salah satu bagian dari 12 kabupaten tersebut. Kabupaten Rokan Hilir mempunyai obyek wisata yang cukup menarik dan potensial untuk di kembangkan, obyek wisata di kabupaten Rokan Hilir terdiri dari wisata alam dan budaya, wisata alam terdiri dari : Pulau Jemur, Pulau Tekong Emas, Pulau Tekong Simbang, Pulau Labuhan Bilik, Pulau Sarang Elang, Pulau Batu Mandi, Pulau Batu Berlayar, Kota di atas laut, Pulau Halang, Bono Sungai Rokan, Pulau Tilan dan Danau Napangga. Sedangkan obyek wisata budaya yaitu : Bakar tongkang, Batu belah batu betangkap dan lain-lain.

Kabupaten Rokan Hilir tepatnya di Kecamatan Tanjung Medan terdapat wisata yaitu wisata Danau Napangga. Di Kecamatan Tanjung Medan Danau Napangga menjadi wisata unggulan, maka dari itu wisata danau napangga merupakan aset wisata yang perlu di kembangkan. Wisata danau napangga merupakan wisata alam yang mana kata Danau Napangga di ambil dari hasil rapat 7 Raja yang di pimpin oleh Sultan Siak Sri Indra Pura. Yang mana 6 Raja lainnya yaitu : Raja Kota Pinang, Raja Negri Lama, Raja Semangambat, Raja Dalu-Dalu, Raja Rambah, Raja Kepenuhan. Kata Danau Napangga sendirinya awalnya bernama laut danau napangga, yang memiliki arti laut artinya tempatan karena danau tersebut luas, danau artinya danau berasal dari bahasa nasional, sedangkan napangga berasal dari bahasa mandailing yang artinya rawa kering. Namun setelah di sepakati oleh para raja maka laut napangga di ganti menjadi danau napangga yang sekarang menjadi ikon kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

Objek wisata Danau Napangga menjadi objek wisata unggulan di kecamatan tanjung medan sehingga setiap tahunnya selalu di adakan berbagai kegiatan seperti Festival Danau Napangga. Berbagai aktivitas terus di laksanakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan Danau Napangga agar pengunjung terus berdatangan ke objek wisata ini. Adanya berbagai kegiatan promosi wisata tentunya menjadi satu kesempatan yang baik bagi pemerintah daerah dan masyarakat dalam usaha meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

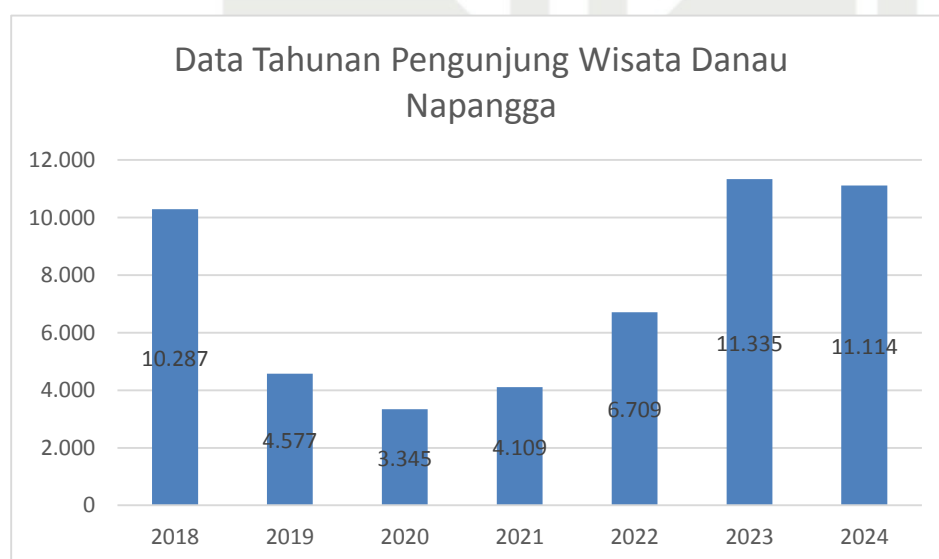
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

pendapatan asli daerah melalui objek wisata. Menurut laporan pengelola Danau Napangga pengunjung berdatangan dari kabupaten luar dan lokal juga tentunya, bahkan setiap harinya mencapai 500 pengunjung dan di hari libur mencapai 2000 pengunjung.

Melihat dari potensi di atas maka wisata Danau Napangga memiliki potensi untuk di kembangkan namun ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam pengembangan wisata, mulai dari kurangnya perhatian pemerintah dan juga masyarakat dalam merawat wisata dan juga kurangnya pemasukan dana untuk membantu pembangunan wisata, fasilitas yang kurang terawat, dan akses jalan yang rusak. Mengingat wisata Danau Napangga masih kurang dalam segi pengembangan wisata tersebut maka di sinilah pentingnya peran strategi komunikasi pemerintahan kecamatan dalam mengembangkan wisata. Wisata Danau Napangga memiliki potensi yang sangat mendukung untuk lebih ditingkatkan pengembangannya, hal ini menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan strategi dan arah kebijakan pengembangan kawasan pariwisata, sehingga keberadaan objek dan daya tarik banyak sekali obyek pariwisata dengan berbagai karakter dan ciri khas masing-masing, sebagian merupakan obyek wisata baru yang belum di kembangkan secara meyeluruh (Hariady, Lalu Afriyan, 2019). Kurangnya pengembangan wisata oleh pemeintahan kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir mengakibatkan terhambatnya perkembangan wisata Danau Napangga yang mana pemerintahan kecamatan menggunakan strategi komunikasi yang baik maka wisata Danau Napangga akan lebih berkembang dan menjadi ciri khas bagi kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.



Tabel 1.1 Data pengunjung wisata Danau Napangga

Pentingnya penerapan strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi usaha yang baik dalam mengoptimalkan koordinasi dan hubungan antar badan dalam organisasi pemerintah. Keberhasilan kegiatan organisasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi

pemimpinnya. Strategi adalah sebuah rencana untuk menjalankan misi dan mencapai sasaran strategis.

Strategi komunikasi menurut Chris Fill yang dikutip dari Pambayun Menur Seta strategi komunikasi terbagi menjadi tiga teori utama, Pertama, *Putstrategy*, dimana strategi komunikasi pada bagian ini difokuskan untuk meraih khalayak masyarakat, yang bertujuan untuk mengarahkan khalayak untuk dapat melihat produk, mempertimbangkan, kemudian masuk kedalam jaringan perusahaan. Kedua, *Push strategy*, strategi komunikasi ini memfokuskan pada kemampuan kinerja karyawannya, strategi ini mengarahkan pada terwujudnya kekuatan untuk mendorong kesetiaan dan komitmen kerjanya. Dan Ketiga, *Pull Strategy*, strategi komunikasi untuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mempertahankan image perusahaan dan prosesnya mengarahkan pada tujuan untuk menjaga hubungan dengan relasi dan pelanggan perusahaan. (Fikruzzaman, Daden, 2022)

Strategi Komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran. Sehubungan dengan itu Muhammad Arni mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Anwar Arifin strategi komunikasi merupakan seluruh keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. (Arifin, Anwar, 1992)

Dalam komunikasi, Camat harus mempunyai strategi pembangunan untuk membangun daerahnya terutama pengembangan wisata yang ada di kecamatan Tanjung Medan, menggunakan strategi komunikasi yang tepat untuk pengembangan wisata Danau Napangga kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Strategi komunikasi yang baik untuk mengembangkan wisata Danau Napangga agar lebih maju dan berkembang. Untuk mencapai tujuan strategi komunikasi, tidak terlepas dari pola komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata di kecamatan. Dalam hal ini dibutuhkan adanya komunikasi yang baik dan strategi yang baik agar pelaksanaan tugas berjalan baik.

Tanpa adanya komunikasi yang baik antara Camat dengan pihak masyarakat, maka akan sulit untuk mencapai tujuan dalam mengembangkan wisata. Disinilah komunikasi memiliki peranan penting dalam mewujudkan visi dan misi suatu daerah, dalam hal ini, seorang Camat harus memahami bagaimana strategi komunikasi yang efektif untuk mengembangkan wisata Danau Napangga kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak di persiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat (Bahiyah, Choridatul, 2019). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian 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.

judul “Strategi Komunikasi Camat Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

1.2 Penegasan Istilah

Dalam penulisan penelitian ini terdapat beberapa istilah yang peneliti gunakan, guna untuk menghindari kesalahpahaman akan persepsi akan istilah-istilah yang peneliti gunakan dalam penulisan penelitian skripsi ini, maka oleh karena itu peneliti akan memberikan penjelasan akan istilah-istilah yang peneliti gunakan dalam penulisan ini yang tercantum dalam judul peneliti sebagai berikut.

1.2.1 Strategi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan atau planning atau manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya (Iriantara, Yosol, 2004).

1.2.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi (Effendy, Onong Uchjana, 2004).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

1.5 Kegunaan 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.

Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

a. Kegunaan Akademis

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat untuk civitas akademika, khususnya Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau terlebih untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relation* untuk meningkatkan ilmu pengetahuan terutama ilmu yang berhubungan dengan ilmu komunikasi. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat

digunakan sebagai tambahan referensi mengenai judul strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir sehingga menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang serupa.

b. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi kepada pembaca dan penulis yang akan mengadakan penelitian mengenai hal yang serupa. Serta memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat dan dijadikan bahan masukan didalam melaksanakan tugas pemerintahan kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Penelitian ini juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar Serjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) prodi ilmu komunikasi konsentrasi *public relation* Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk bahan pengetahuan, khususnya mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh pemerintahan kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir untuk Mengembangkan Wisata Danau Napangga tersebut.

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.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi 5 bagian inti yang penting yang bertujuan untuk memudahkan serta dapat memahami penelitian ini. 5 bagian tersebut antara lain sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Didalam pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjabarkan kajian teori, kajian terdahulu yang sinkron dengan penelitian yang akan dibahas, dan kerangka pikir.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan jenis serta pendekatan penelitian yang digunakan, mengemukakan tentang lokasi dan waktu penelitian, desain penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan yang terakhir Teknik analisis data.

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

Merupakan gambaran umum mengenai subyek penelitian yaitu berisikan tentang sejarah, visi dan misi, dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang menganalisis bagaimana Strategi Komunikasi Camat Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Dan juga problematika Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Untuk bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian maka penulis mencantumkan beberapa jurnal penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti lain nya. Kajian terdahulu juga mempunyai maksud untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian karena sudah adanya pedoman penelitian sebelumnya. Penelitian yang mendekati dengan penelitian yang pernah dilakukan sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Budiman Purba dan Nur Ambia Arma (2022) tentang “Komunikasi Kepala Desa Dalam Pembangunan Desa Wisata Di Desa Namo Sialang” penelitian menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif, dengan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. Metode analisis data model interaktif Miles, Huberman dan Saldana. Hasil penelitian ini di temukan bahwa pembangunan desa wisata bermula dari gagasan atau inovasi dari kepala desa, yang mana inovasi ini di komunikasikan melalui rapat internal. Kemudian kepala desa berdiskusi dengan beberapa tokoh masyarakat yang akhirnya di tindak lanjuti dengan Menyusun perencanaan apa saja yang akan di lakukan untuk membangun desa wisata (Purba, Budiman; Arma, Nur Ambia;, 2022). persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama meneliti komunikasi dalam membangun wisata, sedikit ada perbedaan yaitu penulis penelitian mengkaji tentang strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata sedangkan jurnal ini mengkaji komunikasi kepala desa dalam membangun desa wisata.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rianty Ellsa(2022) tentang “Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Di Pulau Pangeran Kabupaten Kepulauan Anambas”. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini ialah wisata ini merupakan wisata unggulan yang harus di kembangkan, maka dari itu perlu adanya strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan yang baik untuk mewujudkannya. Destinasi wisata ini di harapkan dapat menggali potensinya dan menjaga budaya (Ellsa, Rianty, 2022). Hubungan penelitian penulis

dan jurnal yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi dalam mengembangkan objek wisata, terdapat perbedaannya yaitu penelitian penulis mengkaji strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata sedangkan jurnal ini mengkaji strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam mengembangkan wisata.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Erizon (2014), tentang “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dalam Mempromosikan Wisata Candi Muara Takus”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, kegiatan yang dilakukan dalam penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan dilapangan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata Candi Muara Takus dengan melaksanakan strategi pesan promosi yaitu berupa infrastruktur, fasilitas dan paket wisata. Selain itu media massa yang digunakan adalah media cetak, elektronik dan internet. Selain itu digunakan media non massa atau event. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar juga memanfaatkan mejalah dan buku dalam mempromosikan Candi Muara Takus (Erizon, 2014). Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi dalam mengembangkan wisata, terdapat perbedaannya yaitu di objek penelitiannya yang mana penelitian penulis objeknya adalah wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir, sedangkan skripsi ini objeknya adalah wisata Candi Muara Takus.
4. Skripsi Nurul Ulfa Harefa(2018) yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembangkan Objek Wisata Simarjarunjung di Kabupaten Simalungun”. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Fokus masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah tentang bagaimana strategi komunikasi pemerintah dalam mengembangkan objek wisata Simarjarunjung di Kabupaten Simalungun dengan lebih berfokus pada komponen strategi komunikasi Pemerintah dalam mengembangkan objek wisata Simarjarunjung. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif (Harefa, Nurul Ulfa, 2018). Persamaan

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 yaitu sama-sama mengkaji strategi komunikasi dalam mengembangkan wisata, terdapat perbedaannya yaitu di objek penelitian dan lokasi penelitian.

5. Skripsi Humaira Affaza(2018) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Mempromosikan Wisata Halal”. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif yang mana peneliti terjun langsung ke lapangan guna mendapatkan informasi terkait dengan objek yang diteliti (Affaza, Humaira, 2018). Dalam penelitian ini diperoleh temuan berupa pemerintah kota Banda Aceh menggunakan strategi komunikasi tertentu dalam mempromosikan wisata halal di antaranya yakni melakukan edukasi secara khusus kepada para pedagang untuk selalu menyediakan makanan dan minuman halal, melakukan sosialiasasi kepada masyarakat Kota Banda Aceh tentang pemahaman terhadap wisata halal, membuat baliho-baliho promosi terkait wisata halal, dan lainnya. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji strategi komunikasi dalam mengembangkan objek wisata, terdapat perbedaannya yaitu lokasi, objek penelitian, dan pembahasan.
6. Skripsi Hasrayanti(2017) dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Pengembangan Hutan Bakau Di Desa Tongke-tongke Kecamatan Sinjai Timur”. Metode penelitian yang digunakan adalah deskripsi kualitatif berupa teks naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten melakukan strategi komunikasi dalam pengembangan hutan bakau di Desa Tonngke-tongke Kecamatan Sinjai Timur (, Hasrayanti, 2017).
7. Penelitian ini di lakukan oleh T. Prasetyo Hadi Atmoko (2015), dengan jurnal yang berjudul “Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan potensi wisata desa Brajan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitupenelitian kualitatif yang merupakan suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks social secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Hasil dari penelitian ini bahwa potensi yang dimiliki oleh Desa Brajan memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata yaitu diantaranya, Kerajinan Bambu, Kesenian tradisional yang menjadi daya tarik wisata, keindahan alamnya dan juga penginapan, yang semuanya itu merupakan potensi untuk menarik wisatawan daerah maupun luar daerah dan juga meningkatkan pendapatan (Atmoko, T.Prasetyo Hadi, 2014).

8. Penelitian ini dilakukan oleh Nurjanah dan Yasir(2014) dengan judul “Strategi Komunikasi Inovasi Dalam Pengembangan Potensi Desa Wisata” penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan pengelompokan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan teknik observasi, wawancara dan pengumpulan dokumentasi. Hasil dari penelitian adalah dalam upaya untuk mencapai pembangunan bidang kebudayaan dan kepariwisataan daerah Meskom Kabupaten Bengkalis, pemerintah daerah memiliki strategi dan kebijakan yang memiliki arah dan tujuan dan ini memerlukan adanya komunikasi dan sosialisasi kepada masyarakat. Kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam penggunaan media untuk menunjang kampanye pengembangan ekonomi alternatif bagi masyarakat tempatan yang mereka jalankan kadang timbul seiring dengan berjalannya program yang dijalankan. Pengembangan ekonomialternatif adalah dilakukan dengan memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang 12 sumber ekonomi alternatif yang dapat diusahakan dan dikembangkan oleh masyarakat sebagai sumber mata pencaharian mereka (Nurjanah; Yasir;, 2014).
9. Penelitian ini dilakukan oleh Devi Fitriani, Abd. Rasyid Masri, Kamaluddin Tajibu(2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Mandala Ria Di Kabupaten Bulukumba” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumen. Hasil dari penelitian ini adalah peluang mengembangkan pantai mandala ria Ara-lembanna yakni keindahan pantai dan pelestarian sejarah dan memadukan antara wisata bahari dan wisata budaya. Sedangkan tantangan dalam mengembangkan wisata yakni akses jalan, kurangnya promosi, dan dukungan

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.



pemerintah belum optimal. Maka dari itu di perlukan strategi komunikasi dinas pariwisata kabupaten bulukumba dalam mengembangkan potensi obyek wisata pantai Mandala Ria Aralembanna yaitu dengan promosi pariwisata bulukumba *go digital* (Fitriani, Devi; Masri, Abd Rasyid; Tajibu, Kamaluddin;, 2020).

10. Dalam skripsi Andri Oktosilva(2018) yang berjudul “Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Taraja” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menjelaskan tentang potensi objek wisata yang ada di Taraja yang di kelola sepenuhnya oleh pemerintah, disini peneliti menggunakan analisis SWOT. Setelah melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang, maka dapat disimpulkan strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dalam mengembangkan pariwisata yang ada di Tana Toraja (Oktosilva, Andri, 2018).

Dari beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa banyak penelitian yang membahas tentang Strategi Komunikasi Dalam Mengembangkan Wisata, Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada lokasi, objek, dan fokus yang dilakukan.

Landasan Teori

1. Strategi

a. Definisi Strategi

Kata “Strategi” berasal dari akar kata yunani stratagos yang secara harfiah berarti “seni umum” dan berubah menjadi kata sifat strategia yang berarti “keahlian militer” yang belakangan ini diadaptasi lagi ke dalam lingkungan bisnis modern (Liliweri, Alo, 2011). Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya suatu tujuan.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan atau planning atau manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya. Strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi (David, Freed R, 2000).

Strategi merupakan katalisator atau elemen dinamis pengelola yang memungkinkan sebuah organisasi dapat mencapai sasarannya, strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan. Strategi sering disebut sebagai siasat didalam misi, ketika strategi sudah baik maka dapat diprediksi bahwasanya hasil yang akan didapat baik juga (Winardi, 1989).

2. Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin *Communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *Communico* yang artinya membagi (Cangara, Hafied, 2013).

Menurut Barelson dan Steiner, komunikasi adalah penyampaian ide, emosi, keterampilan, dan seterusnya, melalui penggunaan simbol, kata, gambar, angka, grafik, dan lain-lain (Rakhmat, Jalaludin, 1989). Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang-lambang yang bermakna, sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbuan dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui berbagai media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, atau perilaku (Effendy, Onong Uchjana, 2008).

Menurut Wilbur Schramm dalam karyanya yang sudah tua tetapi terkenal itu, yakni “How Communication Works”, pernah mengetengahkan apa yang ia namakan *the condition of success in communications*, yang secara gamblang dapat diringkaskan yaitu: (Effendy, Onong Uchjana, 2008).

- 1) Pesan harus dirancang dan di sampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti.

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) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek.

B. Tipe Komunikasi

Menurut Hafied Cangara, tipe komunikasi dibagi menjadi empat tipe yaitu: (Cangara, Hafied, 2016).

- 1) Komunikasi Dengan Diri Sendiri (Intrapersonal Communication) komunikasi dengan diri sendiri merupakan proses komunikasi yang terjadi didalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri.
- 2) Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication) komunikasi antarpribadi ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.
- 3) Komunikasi Publik (Public Communication) komunikasi public biasa juga disebut dengan komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Komunikasi public menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan di sampaikan oleh pembicara dengan tatap muka di depan khalayak yang lebih banyak.
- 4) Komunikasi Massa (Mass Communication) komunikasi massa merupakan sebuah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

C. Macam-Macam Komunikasi

Komunikasi terdiri dari komunikasi tatap muka (*face to face*), komunikasi bermedia, komunikasi verbal, komunikasi non-verbal, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi tatap muka (*face-to-face*), ialah komunikasi yang berlangsung secara dialogis sambil saling menatap sehingga terjadi kontak pribadi (*personal contact*).
2. Komunikasi Bermedia ialah komunikasi dengan menggunakan alat, umpamanya telepon, memorandum, Karena melalui alat, maka antara kedua orang tersebut tidak terdapat kontak pribadi.

3. Komunikasi Verbal, Sifat ketiga ini juga biasa disebut bahasa lisan, Bahasa lisan itu terdiri dari dua jenis, yakni dalam bentuk lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*), Sifat verbal dalam bentuk lisan dapat ditemui dalam komunikasi personal maupun komunikasi kelompok, Sedangkan yang berbentuk tulisan dapat dijumpai pada komunikasi massa dan komunikasi media.
4. Komunikasi Non-verbal, Sifat nonverbal, dari sudut pandang psikologis mencakup pengertian segala ungkapan yang tidak disadari seseorang dalam bentuk gerak isyarat, gerak tubuh, air muka, nada/getaran suara, dan tarikan nafas (Mulyana, Dedi, 2000)

3. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah cara untuk mengatur pelaksanaan proses komunikasi sejak dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi, untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, Onong Uchjana, 2007). Dalam pembahasan perencanaan strategi komunikasi, maka akan ada dua pembahasan utama, yaitu konsep tentang perencanaan dan konsep tentang komunikasi. Konsep perencanaan banyak dibahas dalam topik manajemen atau dalam kerangka sebuah pengelolaan. Sedangkan komunikasi merupakan konsep tentang penyampaian dan penyebaran suatu informasi. Jika dilihat secara terpisah, baik perencanaan maupun komunikasi memiliki konsep yang berbeda. Namun keduanya dapat diintegrasikan menjadi sebuah pembahasan dalam bidang manajemen komunikasi.

Sebab sudah menjadi suatu keniscayaan bahwa dalam penyebaran suatu informasi jika komunikasi ingin pesan dapat disampaikan secara efektif-efisien maka prinsip pengelolaan pesan dan unsur-unsur komunikasi lainnya harus didesain dan dikelola dengan baik (Wisayastuti, Sri, 2017). Sementara itu pengertian strategi komunikasi menurut Middleton dalam Cangara adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Di dalam menjalankan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentransformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan didalam proses ini dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat di dalam proses komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan strategi komunikasi pada umumnya adalah untuk menentukan dan mengkomunikasikan gambaran tentang visi melalui sebuah sistem tujuan utama dan kebijakan. Strategi menggambarkan sebuah arah yang didukung oleh berbagai sumber daya yang ada. Sementara itu, menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) tujuan, yaitu:

- 1) *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan.
- 2) *To establish acceptance* – membina penerima pesan.
- 3) *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan.

Strategi komunikasi yang dilakukan bersifat makro dan proses strategi komunikasi berlangsung secara vertikal piramidal.

Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam mematangkan rencana untuk memastikan efektivitas komunikasi yang dilakukan. Tujuan dari strategi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemberitahuan (*Announcing*)
Strategi ini bertujuan untuk menginformasikan inti pesan dengan tujuan menarik perhatian target audiens, sehingga informasi pendukung lainnya dapat muncul.
2. Motivasi (*Motivating*)
Strategi ini ditujukan untuk membangkitkan motivasi agar individu melakukan tindakan sesuai dengan tujuan atau isi pesan yang ingin disampaikan.
3. Pendidikan (*Educating*)
Lebih dari sekadar memberitahu, strategi ini bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan, memungkinkan masyarakat untuk menilai dan memahami pesan secara lebih baik.
4. Penyebaran Informasi (*Informing*)
Strategi ini ditujukan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan target komunikan yang telah ditentukan, untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.
5. Mendukung Pengambilan Keputusan (*Supporting Decision Making*)
Strategi ini bertujuan untuk memberdayakan individu agar dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang diberikan dalam proses komunikasi (Liliweri, 2013).

Harold D Laswell, seorang ahli politik di Amerika Serikat, mengemukakan formula yang terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi. Strategi perencanaan komunikasi dimulai dengan mempertimbangkan elemen-elemen kunci dalam proses komunikasi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Dengan menggunakan Teori Laswell proses komunikasi yaitu, *who* (siapa), *says what* (apa yang dikatakan), *in which channel* (saluran komunikasi), *to whom* (kepada siapa), *with what effect* (unsur pengaruh) (Cangara, Hafied, 2022). Bila dilihat lebih lanjut maksud dari model Lasswell dapat dilihat sebagai berikut:

- a) Siapa (*who*)
Menyebut pihak yang memulai komunikasi, bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau Negara.
- b) Pesan (*Says what*)
Menggambarkan informasi yang akan disampaikan kepada penerima, bisa berupa gagasan yang diungkapkan dalam kode simbolik seperti bahasa atau isyarat. Saluran/Media (*In which channel*): Alat untuk menyampaikan pesan. dari sumber kepada penerima, bisa melalui berbagai medium seperti berbicara, radio, televisi, dan sebagainya.
- c) Penerima (*To whom*)
Orang atau entitas yang menerima pesan, bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau Negara yang menjadi tujuan pesan.
- d) Dampak/Efek (*Whit what effect*)
Perubahan sikap dan pengetahuan pada penerima setelah menerima pesan dari sumber.

b. Strategi Komunikasi

Komunikasi menjadi sebuah alat atau media bagi seorang pemimpin khususnya Camat dalam menyampaikan program kerja, dengan strategi komunikasi yang efektif maka akan mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan pembangunan. Penggunaan strategi dalam bidang komunikasi menjadi sebuah penentu dalam memberikan kephahaman kepada orang lain, sehingga pesan yang di sampaikan komunikator mampu dipahami dengan baik oleh komunikan. Dalam mengembangkan sebuah pembangunan di butuhkan strategi perencanaan komunikasi yang dapat dijalankan dengan Langkah-langkah sebagai berikut: (Hafied, Cangara, 2013).

- 1) Menetapkan Komunikator sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, harus kaya ide serta kreatifitas. Komunikator berperan sebagai sumber dan pengendali seluruh proses komunikasi. Oleh karena itu, jika suatu komunikasi tidak berhasil, kegagalan terutama berasal dari komunikator, yang kurang memahami penyusunan pesan, pemilihan media yang sesuai, dan pendekatan kepada khalayak target. Sebagai aktor utama dalam aktivitas komunikasi, komunikator memegang peran yang sangat vital. Maka dari itu, seorang komunikator yang akan memimpin suatu program harus memiliki keterampilan komunikasi yang lihai, ide yang melimpah, dan kreativitas yang tinggi. Ada tiga persyaratan yang harus dipenuhi oleh seorang komunikator, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- a. Tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (*kredibilitas*)
Kredibilitas adalah sekumpulan persepsi mengenai keunggulan yang dimiliki seorang komunikator sehingga dapat diterima oleh audiens. Joseph Goebbels, Menteri Propaganda Hitler pada Perang Dunia II, menyatakan bahwa untuk menjadi komunikator yang handal dan efektif, harus memiliki kredibilitas yang tinggi di mata pendengar.
 - b. Daya tarik (*Attractive*)
Faktor penting lainnya yang dimiliki oleh seorang komunikator adalah "daya tarik" (*attractiveness*). Dalam konteks kampanye politik, misalnya, daya tarik seorang politisi sangat mempengaruhi pemilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa simpati tumbuh karena daya tarik yang ditampilkan oleh seseorang. Daya tarik umumnya berasal dari cara bicara yang sopan, senyuman ramah, berpakaian rapi, dan postur tubuh yang percaya diri. Keberhasilan John F. Kennedy dan Bill Clinton dalam mengungguli lawan politik mereka dalam pemilihan Presiden Amerika Serikat dikarenakan daya tarik mereka; percaya diri, penampilan rapi, dan kecerdasan.
 - c. Kekuatan (*Power*)
Ini adalah wewenang yang dimiliki komunikator, sering kali terkait dengan posisi atau jabatan seseorang, yang memberikan pengaruh besar dalam mempengaruhi komunikan (Cangara, Hafied, 2022).
- 2) Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, yaitu masyarakat sebagai sasaran program komunikasi, dimana masyarakat menentukan berhasil atau tidaknya suatu program. Dalam dunia bisnis, masyarakat sering disebut sebagai pasar, dalam konteks studi komunikasi disebut khalayak (*audience*), sementara dalam politik disebut sebagai publik. Memahami masyarakat, khususnya yang akan menjadi target program komunikasi, adalah hal yang sangat krusial karena semua kegiatan komunikasi diarahkan kepada mereka. Selain itu, identifikasi audiens juga dapat dilakukan melalui metode seperti survei, analisis isi media, kecenderungan legislatif, kelompok fokus, dan forum terbuka. Penelitian ini umumnya dilakukan oleh lembaga riset atau tim khusus yang ditunjuk. Tentang siapa yang akan disurvei dan berapa banyak responden yang akan dipilih, hal itu tergantung pada target sasaran yang ingin dicapai serta metode yang digunakan. Hal-hal yang perlu diteliti termasuk siapa tokoh atau figur publik yang mempengaruhi masyarakat, isi media, pendapat umum, kecenderungan politik, dan lain sebagainya. Melalui riset ini, dapat diidentifikasi target audiens, keinginan, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai yang mereka anut. Dengan memahami peta audiens, perencanaan komunikasi

dapat memprediksi, mengantisipasi, dan menyesuaikan program-program komunikasi yang akan dilakukan.

- 3) Menyusun pesan yang di sesuaikan dengan program yang mau disampaikan. Pesan ini bersifat informatif, persuasive, dan mendidik. Pesan merupakan segala sesuatu yang diungkapkan oleh individu melalui lambang-lambang yang diinterpretasikan dan diterima oleh audiens dengan berbagai makna. Keterampilan manusia dalam menciptakan lambang menunjukkan tingginya tingkat budaya manusia dalam berkomunikasi, mulai dari simbol-simbol sederhana seperti suara, isyarat, dan warna hingga simbol-simbol yang telah dimodifikasi seperti sinyal melalui medium seperti radio, televisi, telegram, telex, dan satelit. Simbol adalah hasil kreasi manusia yang membawa makna dan digunakan dalam interaksi antarmanusia.

Terdapat tiga teori yang membahas tentang penyusunan pesan yaitu :

- a. Teori Dominasi Kekuatan (*Oper power'em theory*)
Yang menunjukkan bahwa pesan akan diterima oleh audiens jika diulang secara sering, panjang, dan dengan cukup keras.
- b. Teori Kebahasaan Menarik (*Glamour theory*)
Mencatat bahwa pesan atau ide yang dikemas dengan menarik dan disampaikan dengan daya persuasi akan menarik minat audiens untuk mengadopsi ide tersebut.
- c. Teori Tidak Mendiamkan (*Don't tele'em theory*)
Menyatakan bahwa jika suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, maka orang tersebut tidak akan mempertimbangkan atau membicarakannya. Oleh karena itu, mereka tidak akan membentuk pendapat tentang ide tersebut.

Selain itu ada juga teknik dalam penyusunan pesan dalam bentuk :

1. Isu Satu Sisi (*One-side issue*)
Menekankan pada aspek baik atau buruk suatu hal. Ini berarti komunikator harus menyoroti apakah itu baik atau buruk dalam penyampaian pesan. Teknik penyampaian pesan ini cocok untuk mereka yang memiliki tingkat pendidikan rendah dan memiliki sedikit alternatif pilihan.
2. Isu Dua Sisi (*Two-side issue*)
Memungkinkan komunikator untuk menyampaikan baik dan buruk dari suatu hal. Komunikator memberi kesempatan kepada audiens untuk mempertimbangkan manfaat dari penerimaan informasi yang diberikan. Biasanya, teknik seperti ini lebih cocok untuk audiens yang terdidik dan bersikap kritis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



- 4) Memilih media dan saluran komunikasi, meliputi sumber daya komunikasi yang tersedia. Memilih jenis media komunikasi harus memperhitungkan sifat kandungan dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, serta jenis media yang dimiliki oleh penerima pesan. Kandungan pesan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pesan yang ditujukan untuk masyarakat umum dan pesan yang ditujukan untuk suatu komunitas tertentu. Pesan yang ditujukan untuk masyarakat umum sebaiknya disampaikan melalui media massa seperti surat kabar atau televisi, sementara pesan untuk komunitas tertentu lebih efektif disalurkan melalui media selebaran atau saluran komunikasi kelompok.

UNESCO menyarankan beberapa hal yang perlu di pertimbangkan dalam memilih media komunikasi, antara lain :

- a.) Ketersediaan sumber daya komunikasi di suatu lokasi.
- b.) Pemilihan media sesuai dengan khalayak sasaran.
- c.) Keterjangkauan pesan yang akan disampaikan.

Bentuk-bentuk media dan saluran komunikasi meliputi :

- 1) Media Konvensional/lama
 - a. Media cetak
Mencakup pesan yang tertulis atau dalam bentuk gambar yang dicetak.
 - b. Media elektronik
Mencakup pesan yang disampaikan melalui getaran listrik yang diterima oleh perangkat khusus, seperti televisi dan radio.
 - c. Media Luar Ruangan
Berhubungan dengan aspek estetika yang ditempatkan di tempat yang banyak dilihat orang, seperti spanduk, baliho, reklame, dan iklan luar ruangan lainnya.
 - d. Media Format Kecil
Beragam jenis media dalam bentuk lebih kecil dengan fokus pada satu jenis informasi, seperti buletin, leaflet, selebaran, brosur, poster, kalender, dan sebagainya.
 - e. Saluran Komunikasi Kelompok
Mencakup komunikasi dalam bentuk kelompok yang membangun hubungan sosial melalui komunikasi tatap muka
 - f. Saluran Komunikasi Publik
Saluran komunikasi yang melibatkan banyak orang dan sering kali hanya dihadiri oleh komunitas tertentu, seperti komunikasi yang terkait dengan agama atau partai politik.

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.

- g. Saluran Komunikasi Antarpribadi
Bentuk komunikasi tatap muka yang informasinya hanya diketahui oleh orang-orang yang terlibat langsung, seperti surat-menyurat, telepon, dan pesan singkat (SMS)
- h. Saluran Komunikasi Tradisional
Jenis komunikasi yang masih umum di kalangan masyarakat pedalaman, seperti pesta adat, pesta panen, dan upacara kelahiran.

Media Baru

Media baru mulai muncul pada tahun 1990 dengan diterbitkannya buku "*The Second Media Age*," yang mengilustrasikan kemunculan teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, terutama internet, yang akan mengubah cara masyarakat berkomunikasi.

- a) Internet
Sebagai bagian dari media baru, merupakan hasil rekayasa dari para pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Dalam konteks massa, internet mampu menjangkau audiens secara global, sementara dalam konteks interpersonal, pesan yang disampaikan diarahkan dan dikonsumsi secara pribadi.
- b) Media Sosial
Teknologi internet terus mengalami perkembangan, dan salah satu perkembangan terkini adalah pemanfaatannya sebagai media sosial melalui platform seperti Facebook, Twitter, Blog (*MySpace*), LinkedIn (berfokus pada bisnis dan profesional), Friendster, devianART (karya seni digital), wayn, Couchsurfing (perjalanan), dan Flickr (berbagi foto). Istilah "media sosial" digunakan karena memediasi aspek sosial dan interaksi antarindividu melalui media. Wikipedia mendefinisikan media sosial sebagai platform online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi.

Setiap program pembangunan membutuhkan komunikasi yang berfungsi untuk menjalin dan menghubungkan satu orang dengan lainnya, dan berperan penting dalam sebuah perencanaan, koordinasi, dan informasi. Hal inilah yang menjadi strategi komunikasi Camat dalam melaksanakan setiap program kerja dan kebijakan yang telah ditetapkan.

4. Wisata

b) Pengertian Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, Dedy Ansaryi, 2018).

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai, flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monumen, candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Ananto, 2018).

c) Pengembangan Wisata

Sesuai dengan intruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 dikatakan dalam pasal 2 bahwa tujuan pengembangan kepariwisataan adalah:

- a. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan Negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan industri-industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
- b. Memperkenalkan dan memperdayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
- c. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan Nasional maupun Internasional (Yoeti, Oka A, 2016).

Pengembangan pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, menyangkut wisatawan, kegiatan, sarana prasarana, objek dan daya tarik, fasilitas menunjang, sarana lingkungan dan lainnya. Oleh karena itu, dalam pengembangannya harus memperhatikan terbinanya mutu lingkungan. Tata letak peruntukan perlu dilakukan untuk menghindari benturan antara kepentingan pariwisata dengan kepentingan pencagaran. Melalui zonasi yang baik keanekaragaman dapat terpelihara, sehingga wisatawan atau pengunjung dapat memilih rekreasi yang baik (Soemarwoto; Otto, 1993).

Dalam pengembangan pariwisata perlu memperhatikan beberapa aspek yaitu :

- a. Wisatawan
Harus mengetahui karakteristik dari wisatawan, dari daerah mana mereka datang, usia, hobi, dan pada musim apa mereka melakukan perjalanan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

- b. Transportasi
Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah wisata yang dituju.
- c. Atraksi/obyek wisata
Atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat : a) Apa yang dapat dilihat (*something to see*), b) Apa yang dapat dilakukan (*something to do*), c) Apa yang dapat dibeli (*something to buy*).
- d. Fasilitas Pelayanan
Fasilitas apa saja yang ada di tempat wisata tersebut, bagaimana akomodasi yang ada, tempat makan, pelayanan umum, dan lainnya.
- e. Informasi dan Promosi
Di perlukannya publikasi dan promosi, kapan iklan di pasang, kemana brosur di sebarakan sehingga calon wisatawan mengetahui apa saja yang ada di wisata tersebut.

Untuk pengembangan ini dilakukan pendekatan-pendekatan dengan organisasi pariwisata yang ada (pemerintah dan swasta) dan pihak-pihak yang terkait yang diharapkan dapat mendukung kelangsungan pembangunan pariwisata di daerah tersebut (A, Yoeti Oka, 2016).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan wisata sangatlah penting bagi suatu daerah, karena pengembangan wisata adalah untuk mengembangkan dan memajukan objek wisata agar objek wisata lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Alasan utama dalam pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal maupun regional atau ruang lingkup nasional pada suatu negara sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah atau negara tersebut. Pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah tujuan wisata akan selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat banyak (Barrito, Mario; Giantari, I.G.A Ketut;, 2015).

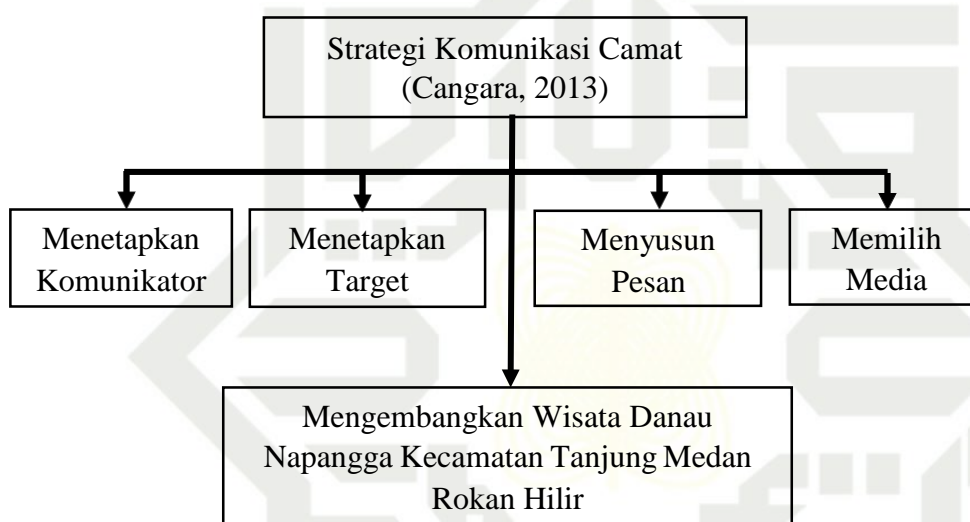
a. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir biasanya juga disebut dengan kerangka konseptual. Kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah didefinisikan atau dirumuskan. Selain itu ada juga yang berpendapat penjelasan sementara

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.

terhadap gejala yang terjadi objek permasalahan. Disamping itu ada juga yang berpendapat bahwa kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Strategi Komunikasi Camat Dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Untuk lebih jelas kerangka berfikir ini jika dijabarkan dalam bentuk bagan maka akan tampak sebagai berikut :



Gambar 1 : Skema kerangka pikir penelitian
(Sumber: Pemikiran Peneliti)

Dilihat pada gambar tersebut bahwasanya permasalahan penelitian ini dijelaskan pada gambar kerangka pemikiran yang telah peneliti jelaskan di atas, dimana pada penelitian ini strategi komunikasi Camat meliputi, menetapkan komunikator, menetapkan target, menyusun pesan dan pemilihan media, yang mana keempat hal tersebut dapat mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

Dalam hal tersebut dijelaskan menetapkan komunikator sebagai pelaku utama dalam aktifitas komunikasi, harus kaya ide serta penuh kreativitas. Yang mana komunikator utama di sini adalah Camat, Camat memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan dan memakmurkan daerah Kecamatan dengan berbagai program pembangunan daerah. Kemudian yang kedua menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, yaitu masyarakat sebagai sasaran program komunikasi dimana masyarakat menentukan berhasil atau tidaknya suatu program. Kemudian yang ketiga adalah Menyusun pesan yang disesuaikan dengan program yang

mau disampaikan, pesan ini bersifat informatif, persuasive dan mendidik. Kemudian Pemilihan Media, ini merupakan langkah strategi komunikasi terakhir yang digunakan, memilih media dan saluran komunikasi, meliputi sumber daya komunikasi yang tersedia, pemilihan media di kalangan masyarakat sasaran dan terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan (Tenerman; Yeni, Elvita, 2022).

Dari keempat hal tersebut dapat mengembangkan wisata Danau Napangga, dalam penelitian ini strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata tersebut akan peneliti teliti kepada Camat Tanjung Medan Rokan Hilir dalam mengembangkan wisata Danau Napangga.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, suatu proses pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan objek penelitian secara rinci, bukan data yang berupa angka-angka (Sugiyono, 2014). Hal ini karena pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pada penelitian ini penulis memperoleh gambaran tentang strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga Kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang mengutamakan prinsip-prinsip umum yang menjadi dasar terciptanya sebuah makna yang terjadi pada kehidupan masyarakat (Yusuf , Muri, 2017).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di laksanakan di kepenghuluan tanjung medan, Kecamatan Tanjung Medan, Kabupaten Rokan Hilir Riau 28983.

3.3 Sumber Data Penelitian

Data adalah kumpulan fakta yang merupakan hasil pengamatan pada variabel penelitian. Dilihat dari proses dan kegunaannya terdapat 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder (Rakhmat, Jalaluddin, 2001).

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung pada sumbernya. Peneliti memperoleh data primer dengan cara memperoleh data secara langsung. Teknik yang digunakan peneliti dalam memperoleh data primer dengan cara observasi dan wawancara (Kriyantono, Rachmat, 2006).

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber-sumber keputusan dan sumber-sumber lain yang memiliki masalah yang relevan dengan masalah yang diteliti (Suharsaputra, 2012). Peneliti memperoleh data sekunder melalui tinjauan Pustaka yang relevan seperti jurnal, buku, dan data dari internet.

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.

3.4 Informan Penelitian

No.	Nama	Jabatan
1.	Bahrul, S.Sos	Camat Tanjung Medan
2.	Madian Ahmad	Ketua POKDARWIS
3.	Safrizal	Koordinator pengembangan wisata
4.	Supriaten	Wisatawan

Peneliti melaksanakan wawancara secara langsung dengan menemui informan agar dapat melakukan komunikasi dua arah antara peneliti dan informan. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Bahrul, S.Sos dikarenakan beliau merupakan Camat kecamatan Tanjung Medan, dan pastinya memiliki strategi dalam merencanakan berbagai pembangunan yang ada di kecamatan Tanjung Medan. Dan informan selanjutnya adalah Madian Ahmad selaku ketua POKDARWIS atau kelompok sadar wisata yang memiliki peran penting dalam mengembangkan wisata Danau Napangga. Kemudian informan selanjutnya adalah Safrizal sebagai koordinator pengembangan wisata yang mana safrizal mengkoordinasi perencanaan pengembangan wisata Danau Napangga. Dan yang terakhir adalah Supriaten merupakan wisatawan yang berasal dari luar daerah yang kebetulan sudah beberapa kali berwisata ke Danau Napangga, dan Supriaten ini juga informan yang merasakan perkembangan dari wisata Danau Napangga.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu :

3.4.1 Observasi

Observasi merupakan langkah awal yang digunakan dalam setiap penelitian. Observasi adalah suatu kegiatan mengamati, memperhatikan secara tepat, memperoleh fenomena yang terjadi dan memikirkan hubungan setiap aspek dari fenomena tersebut (Bungin, Burhan, 2017). Peneliti menggunakan metode observasi dengan cara mengamati secara langsung pengembangan wisata Danau Napangga terlebih dahulu, berikutnya peneliti melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara mendalam

bagaimana strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan dan akan dijawab oleh informan mengenai strategi Camat dalam mengembangkan wisata. Selanjutnya jawaban-jawaban informan akan dicatat atau direkam (Siregar, Sofyan, 2013). Para informan dipilih secara positif dengan harapan akan mendapatkan atau memperoleh data yang maksimal dari orang yang mempunyai peranan penting dan memiliki banyak informasi terkait Strategi komunikasi Camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu hal untuk mencari data dalam bentuk pengetahuan. Dokumentasi juga bisa didapatkan melalui gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lainnya.

3.6 Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Dalam mendapatkan tingkat kepercayaan atau kebenaran hasil penelitian, ada berbagai cara yang dapat dilakukan salah satunya triangulasi, triangulasi bertujuan untuk mengecek data kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, antara hasil dua peneliti atau lebih serta dengan membandingkan dengan menggunakan tehnik yang berbeda misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi (Subagyo, P Joko, 2011). Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif (Moleong, Lexy J, 2018).

Data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi subjek yang ingin diteliti (bila ada) dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah diharapkan penelitian ini menggambarkan realita empiris dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas yang terjadi terhadap strategi pengembangan wisata Danau

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.

Napangga. Adapun jenis penelitian ini adalah kata-kata (pernyataan) seseorang (Ruslan, Rosady, 2006). Dikatakan penelitian ini menggunakan pendekatan kata-kata (pernyataan) seseorang karena sebuah sistem pembentukan startegi ditentukan oleh individu ataupun kelompok untuk mencapai segala keinginan yang diinginkan.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting karena dengan analisis ini data akan terlihat manfaatnya dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan untuk penelitian (Rahmat, Jalalludin, 2002). Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan atau menggambarkan karakteristik dan situasi yang sebenarnya menyangkut objek penelitian dan dianalisis secara kualitatif. Teknik ini bertujuan menggambarkan keadaan atau fenomena yang ada di lapangan secara sistematis dengan menggunakan bahasa yang mudah dicerna dan dipahami.

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, pentransformasian data yang mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Sebagaimana yang diketahui, reduksi data terjadi secara kontiniu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan kualitatif (Subagyo, Joko, 2004). Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan, pengkategorian kedalam setiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan dapat diverifikasi. Data yang direduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

2. Model Data

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Model didefenisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan (Moleong, Lexy J, 2007). Melihat sebuah tayangan membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan suatu analisis lanjutan atau tindakan didasarkan pada pemahaman tersebut.

3. Penarikan atau Verifikasi Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan dilakukan setelah semua data yang diperlukan telah terkumpul dan bukti bukti pendukung penelitian telah didapatkan melalui berbagai proses sebelumnya.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

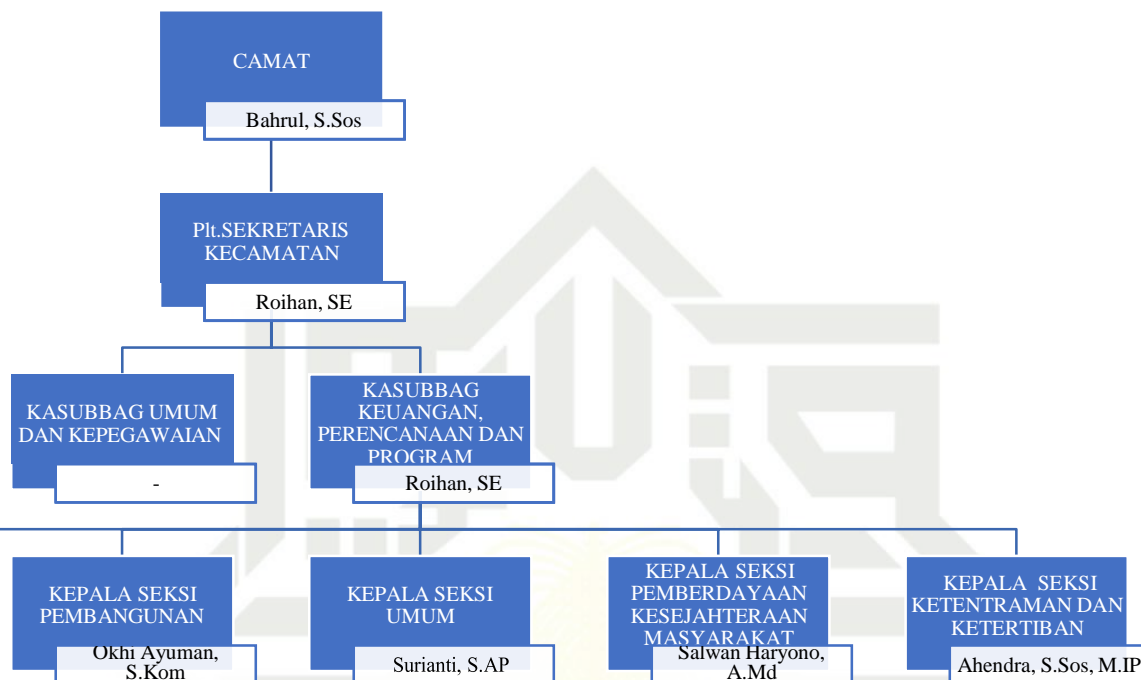
4.1 Sejarah Singkat Kecamatan Tanjung Medan

Tanjung Medan adalah nama sebuah kecamatan di kabupaten Rokan Hilir, Riau, Indonesia. Kecamatan Tanjung Medan merupakan pemekaran dari kecamatan Pujud berdasarkan peraturan daerah Rokan Hilir Nomor 10 Tahun 2014 tanggal 14 Februari 2014. Ibu kota kecamatan Tanjung Medan berkedudukan di kepenghuluan Tanjung Medan. Tanjung Medan di ambil dari dua kata yaitu Tanjung artinya masih ada Nampak bentuk tanjung, sedangkan Medan artinnya sebuah bentuk tanjung untuk lapangan (tempat musyawarah) bagi masyarakat sekitar untuk menyelesaikan permasalahan dan memutuskan sebuah keputusan. Dahulu Tanjung Medan hanyalah sebuah kampung kecil yang didirikan oleh seorang panglima kerajaan yang berasal dari kerajaan Siak Sri Indra Pura yang bernama Panglima Muda Imbang Jayo. Mulanya Tanjung Medan hanya perkampungan kecil di tepian pinggir Danau Napangga kemudian pada tahun 1980 di resmikan kabupaten rokan hilir yang di pimpin oleh Alm. H. Syahrin Djoehari menjadi kepenghuluan dan berkembang pesat sehingga pemekaran menjadi kecamatan sampai saat ini. Kecamatan Tanjung Medan memiliki 13 kepenghuluan, yang terdiri dari :

1. Kepenghuluan Tanjung Medan
2. Kepenghuluan Tanjung Medan Utara
3. Kepenghuluan Tanjung Medan Barat
4. Kepenghuluan Sei Meranti
5. Kepenghuluan Sei Meranti Darussalam
6. Kepenghuluan Akar Belingkar
7. Kepenghuluan Tangga Batu
8. Kepenghuluan Perkebunan Tanjung Medan
9. Kepenghuluan Sri Kayangan
10. Kepenghuluan Pondok Kresek
11. Kepenghuluan Sungai Tapah
12. Kepenghuluan Tanjung Sari
13. Kepenghuluan Bagan Nenas

Kecamatan Tanjung Medan saat ini di pimpin oleh Bahrul, S.Sos selaku Camat Tanjung Medan Rokan Hilir dengan struktur kepengurusan kantor camat sebagai berikut :

Gambar 4.1 Struktur kepengurusan kantor kecamatan Tanjung Medan



Sumber : web pemerintah kabupaten Rokan Hilir

4.2 Keadaan Geografis Kecamatan Tanjung Medan

Kecamatan Tanjung Medan merupakan pemekaran dari kecamatan Pujud dan saat ini luas wilayahnya masih tergabung dalam wilayah kecamatan pujud dengan luas ± 984.90 km². Kecamatan Tanjung Medan mempunyai batas wilayah :

- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Bagan Sinembah
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu
- Sebelah barat berbatasan dengan Provinsi Sumatra Utara
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Pujud.

4.3 Keadaan penduduk Kecamatan Tanjung Medan

Kecamatan Tanjung Medan memiliki populasi penduduk $\pm 37 695,00$ jiwa yang mana kecamatan Tanjung Medan ini di huni oleh beberapa suku seperti suku melayu, suku kuti, suku kandang kopuh, suku ampu, suku mandailing. Namun seiring berjalannya waktu dan juga pemekaran kecamatan sehingga banyak suku-suku lain berdatangan dan menetap di kecamatan Tanjung Medan seperti suku jawa, nias, batak, minang dan lainnya.

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

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

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

No	DESA	Pria		Wanita		Jumlah	
	Nama	Jumlah	%	Jumlah	%	(P+W)	%
1.	Tanjung Medan	3.496	51,37	3.310	48,63	6.806	18,36
2.	Tanjung Medan Utara	1.166	52,78	1.043	47,22	2.209	5,96
3.	Tanjung Medan Barat	1.447	52,18	1.326	47,82	2.773	7,48
4.	Sei Meranti	1.619	51,97	1.496	48,03	3.115	8,40
5.	Sei Meranti Darussalam	1.803	51,66	1.687	48,34	3.490	9,41
6.	Akar Belingkar	792	50,38	780	49,62	1.572	4,24
7.	Tangga Batu	1.127	49,67	1.142	50,33	2.269	6,12
8.	Perkebunan Tanjung Medan	1.073	51,19	1.023	48,81	2.096	5,65
9.	Sri Kayangan	1.068	52,10	982	47,90	2.050	5,53
10.	Pondok Kresek	1.734	52,31	1.581	47,69	3.315	8,94
11.	Sungai Tapah	2.613	52,52	2.459	48,48	5.072	13,68
12.	Tanjung Sari	1.215	52,71	1.090	47,29	2.305	6,22
13.	Bagan Nenas	1.087	51,74	1.014	48,26	2.101	8,53

Tabel 4.3 Data penduduk kecamatan Tanjung Medan

4.4 Gambaran Danau Napangga

Danau Napangga merupakan salah satu objek wisata yang ada di kecamatan Tanjung Medan, danau yang memiliki luas \pm 500 hektar terletak tepat di kepenghuluan Tanjung Medan, tepatnya di hulu sungai batang kumbuh kabupaten Rokan Hilir. Danau Napangga ini memiliki keistimewaan tersendiri yaitu selain keindahan pemandangannya yang alami terdapat juga spesies ikan arwana yang khas di danau ini. Wisatawan juga dapat berkeliling danau menggunakan perahu untuk menikmati keindahan danau ini serta melihat buaya codot yang sangat besar di pinggir danau. Di Danau Napangga juga terdapat berbagai jenis ikan yang bisa di konsumsi oleh masyarakat Tanjung Medan, Danau Napangga masih menjadi pilihan utama bagi masyarakat sekitar untuk bergantung hidup dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Danau Napangga tersebut.

Kata Danau di ambil dari hasil rapat 7 raja yang di pimpin langsung oleh sultan Siak Sri Indra Pura, dan ke enam raja lainnya yaitu : Raja Kota Pinang, Raja Negeri Lama, Raja Semangambat, Raja Dalu-Dalu, Raja Rambah, Raja Kepenuhan. Dari hasil rapat di sepakati bahwa danau berasal dari bahasa

nasional yang artinya danau, sedangkan Napangga berasal dari bahasa mandailing yang artinya rawa kering. Maka jadilah Danau Napanga sampai sekarang dan menjadi ikon dan aset wisata kecamatan Tanjung Medan Rokan Hilir.

Gambar 4.4 Plang Danau Napangga



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemerintahan kecamatan Tanjung Medan dalam mengembangkan wisata Danau Napangga, yang pemerintahan camat bekerjasama dengan POKDARWIS memiliki tugas dan tanggung jawab atas obyek wisata Danau Napangga mulai dari pengelolaan wisata, menggali potensi wisata, mempromosikan wisata, dan membuat event-event wisata. Obyek wisata Danau Napangga berdampak positif bagi masyarakat sekitar karena membuka lapangan pekerjaan serta menimbulkan rasa tanggung jawab untuk tetap menjaga lingkungan. Strategi komunikasi pemerintahan kecamatan dalam mengembangkan wisata Danau Napangga ialah dengan melakukan pembinaan serta sosialisasi terhadap pengiat wisata atau POKDARWIS, meningkatkan sarana dan prasarana pendukung, melakukan promosi pemasaran dan event-event pariwisata. media yang di gunakan untuk melancarkan strategi ialah media cetak dan media online, media cetak seperti spanduk, pamphlet, koran. Media online seperti facebook, wa, Instagram, web seperti Pelitariau.com, Detakriau.com, Transriau.com, dan lainnya. Faktor pendukung pengembangan wisata ialah Kerjasama terhadap pihak terkait, dan juga pendanaan dari event atau hiburan yang di dilaksanakan di Danau Napangga. Untuk faktor penghambat atau kendala ialah terbatasnya alokasi pendanaan APBD untuk pengembangan wisata sehingga kurangnya perawatan fasilitas wisata. Strategi komunikasi pemerintahan kecamatan Tanjung Medan dalam mengembangkan wisata Danau Napangga dalam penelitian ini dimulai dari tugas dan tanggung jawab, obyek wisata Danau Napangga, strategi komunikasi pengembangan wisata, media yang digunakan, faktor pendukung, faktor penghambat, dan upaya untuk mengatasi hambatan. Strategi komunikasi pemerintahan kecamatan dalam mengembangkan wisata Danau Napangga dalam penelitian ini berfungsi sebagai yang menjembatani antara Pemerintah dengan pihak yang berkepentingan, strategi komunikasi pemerintahan kecamatan Tanjung Medan dalam mengembangkan wisata lebih dioptimalkan agar wisata Danau Napangga bisa menjadi destinasi favorit baik wisatawan mancanegara dan wisatawan domestic.

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 dimiliki UIN Suska Riau. Diteliti dan diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) UIN Suska Riau.

Strategi Komunikasi Pemerintahan Kecamatan Tanjung Medan dalam Mengembangkan Wisata Danau Napangga



6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian maka penulis memberikan saran atau masukan untuk perbaikan pada masa mendatang dalam pengembangan wisata Danau Napangga yakni :

1. Di harapkan pemerintahan kecamatan bersama-sama mendukung dalam membangun dan merawat fasilitas sarana dan prasarana yang ada di Danau Napangga.
2. Di harapkan pemerintah pusat mengalokasikan dana tahunan untuk pengelolaan pengembagn obyek wisata Danau Napangga.
3. Hendaknya POKDARWIS terus berinovasi dalam mengembangkan dan mempromosikan obyek wisata Danau Napangga.
4. Di harapkan pemerintahan kecamatan dan POKDARWIS untuk selalu bekerja sama dalam mengembangkan aset wisata dan ciri khas wisata Danau Napangga.

1. Di harapkan pemerintahan kecamatan bersama-sama mendukung dalam membangun dan merawat fasilitas sarana dan prasarana yang ada di Danau Napangga.

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

2. Di larang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasrayanti. (2017). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai Dalam Pengembangan Hutan Bakau Di Desa Tongketongke Kecamatan Sinjai Timur. *FDIK UIN Alauidin Makassar*, 37.
- A, Yoeti Oka. (2016). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Affaza, Humaira. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Banda Aceh Dalam Mempromosikan Wisata Halal. *FDIK Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, 57.
- Ananto. (2018). Persepsi Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru. *Fisif Universitas Riau*, 55.
- Arifin , Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Bandung.
- Arwanto, Caisar Pieter Vega, Bagus Setyawan Nugraha, and Agus Widiyarta,(2020),,Strategi City Branding Kota Surabaya Sparkling Surabaya Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”, *Perspektif*, 9.2, 322–28 <<https://doi.org/10.31289/perspektif.v9i2.3646>>
- Atmoko, T.Prasetyo Hadi. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata*, 12, 147-149.
- Bahiyah, Choridatul. (2019). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 98.
- Barrito, Mario; Giantari, I.G.A Ketut;. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo Kabupaten Bobonaro Timor Leste. *E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 21.
- Bungin, Burhan. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara , Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

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.

- Cangara, Hafied. (2022). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Depok : Rajawali Pers.
- Daden Fikruzzaman.(2022). *Strategi Aparat Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat*.Jurnal Oratio Directa,4,712
- David, Freed R. (2000). *Managemen Strategi Dan Konsep*. Jakarta: Perhalindo.
- Effendy , Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ellsa, Rianty. (2022). *Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Di Pulau Pangeran Kabupaten Kepulauan Anambas*. *Universitas Riau*.
- Erizon, M. (2014). *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Kampar Dalam Mempromosikan Wisata Candi Muara Takus*. *Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Fitriani, Devi; Masri, Abd Rasyid; Tajibu, Kamaluddin;. (2020). *Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Mandala Ria Di Kabupaten Bulukumba*. *Jurnal Washiyah, 1*, 50-62.
- Hafied, Cangara. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Harahap, Dedy Ansaryi. (2018). *Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Pemandian Hairos Waterpark Medan*. *Jurnal Plans, 13*, 394.
- Harefa, Nurul Ulfa. (2018). *Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Mengembangkan Objek Wisata Simarjarunjung Di Kabupaten Simalungun*. *Jurnal FISIP, 39*.
- Hariady, Lalu Afriyan. (2019). *Implementasi Pengembangan Kawasan Pariwisata Yang Berbasis Potensi Alam Dan Budaya Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Lombok Barat*. *Jurnal Ilmiah, 1*, 3.
- Liantara, Yosol. (2004). *Community Relations Konsep Dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

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.

- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Liliwiri. (2013). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Liliwiri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Liliwiri Alo. (2003). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mulyana, Dedy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurjanah; Yasir;. (2014). Strategi Komunikasi Inovasi Pengembangan Potensi Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11.
- Oktosilva, Andri. (2018). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Di Tanah Toraja. *FISIP Universitas Hasanuddin*, 72.
- Purba, Budiman; Arma, Nur Ambia;. (2022). Komunikasi Kepala Desa Dalam Pembangunan Desa Wisata Di Desa Namo Sialang. *Universitas Dharmawangsa Dan Universitas Terbuka*.
- Rahmat, Jalalludin. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Jakarta Pers.
- Ruslan, Rosady. (2006). *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salusu. (1996). *Strategi Organisasi Public*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana.
- Saefullah, Ujang. (2007). *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Agama Dan Budaya*. Bandung: Sempiosa Rekatama Media.
- Sapri, Mustamir Ahmad, Wirfandi. (2019). Peranan Camat Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Kecamatan Enrekang. *Jurnal Moderat*, 33.

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.

- Siregar, Sofyan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Di lengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Soemarwoto; Otto;. (1993). *Pengembangan Pariwisata Dan Dampak Yang Di Timbulkannya*. Yogyakarta: Andi.
- Subagyo, Joko. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Gramedia.
- Subagyo, P Joko. (2011). *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sujarweni, Wiratma. (2015). *Akuntansi Desa*, Pustaka Baru Press Tenerman;
- Yeni , Elvita;. (2022). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah Di Desa Pematang Johar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 492.
- Tunggala, Suanti, and Ken Amasita Saadjad,(2019) „Strategi Komunikasi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai“, *Jurnal Komunikasi*, 11.2 , 197.
- Widjaja.(2008). *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winardi. (1989). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Mandar Maju.
- Wiryanto.(2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wisyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Yana, Indri. (2016). Arus Komunikasi Kepala Desa Dalam Pelayanan Masyarakat Desa Karya Indah Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. *JOM FISIP*, 3, 2.
- Yardiansyah, Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yoeti, Oka A. (2016). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Yusuf , Muri. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* . Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN

Nama : **Bahrul S.Sos (Camat Tanjung Medan)**
Menetapkan Komunikator

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang melukis, menggambar, atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Pengutipan harus mencantumkan sumber dan mengutip dengan benar.
 b. Pengutipan tidak boleh menimbulkan kesan yang merendahkan atau menyinggung perasaan orang lain.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 UIN Suska Riau
 Faculty of Islamic Studies
 Islamic Education Department

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana peran camat dalam mengembangkan wisata danau napangga?	“Saya di tugaskan lansung oleh bupati untuk menjadi camat di tanjung medan ini yang mana saya merupakan penghubung antara pemerintah daerah dan masyarakat, serta semua yang terlibat dalam pengembangan wisata kita danau napangga ini. Saya bersama rekanrekan seperti POKDARWIS dan juga masyarakat mengidentifikasi potensi wisata serta menyusun perencanaan pengembangan wisata dan saya memantau pelaksanaan perencanaan tersebut.saya memastikan bahwa pengembangan wisata mematuhi peraturan dan perizinan yang berlaku”
2.	Bagaimana strategi komunikasi pemerintahan camat dalam mengembangkan wisata Danau Napangga sebagai berikut ?	“Strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata Danau Napangga adalah dengan melakukan pembinaan kepada pengelola pariwisata, serta meningkatkan sarana dan prasarana Danau Napangga dan juga perbaikan akses jalan wisata. Melakukan promosi, event-event, festival tahunan, dan Kerjasama terhadap POKDARWIS penggiat wisata, dan juga masyarakat sekitar”
3.	Apakah strategi komunikasi pengembangan wisata ini sudah berjalan dengan optimal sesuai dengan rencana ?	“untuk sejauh ini masih aman sesuai dengan rencana, memang ada beberapa rencana yang masih dalam tahap pembenahan seperti pembangunan akses yang masih tahap pembangunan, dan penambahan sarana wisata yang masih kurang”
4.	Apa saja yang menjadi kendala atau hambatan dalam melakukan pengembangan wisata Danau Napangga ini ?	“untuk hambatan atau kendala itu pasti ada, karena gak semua berjalan dengan gampang, yang pasti kendala pertama itu masalah pendanaan ya karena selama ini kita masih membutuhkan dana dari daerah untuk membangun akses jalan ini dan sarana biar di tambah, pendanaan ini perlu untuk pengembangan berkelanjutan jangka panjang, kemudian akses jalan berdebu juga menjadi kendala tapi tahun ini sudah kita benahi masalah jalan ini alhamdulillah selesai di tahun ini”
5.	Bagaimana cara mengatasi hambatan-hambatan tersebut ?	“ya dari semua hambatan-hambatan itu pasti ada cara untuk mengatasinya, kami sudah melakukan rapat dengan POKDARWIS dan yang lainnya untuk mengatsi hambatan ini, alhamdulillah pendanaan dari pemerintah untuk perbaikan akses jalan lintas sudah hampir rampung di tahun ini, dan untuk perawatan sarana dan prasarana kami melakukan sosialisasi pembinaan dengan POKDARWIS serta masyarakat untuk sama-sama menjaga fasilitas yang ada, dan kami juga melakukan event hiburan yang mana dana dari event ini nantinya bisa membantu perawatan sarana dan prasarana wisata Danau Napangga”



<p>6. Apa saja yang menjadi faktor pendukung atau peluang dari wisata Danau Napangga ini sehingga wisata inilayak di kembangkan ?</p>	<p>“untuk ciri khas dari Danau Napangga ini ialah ada Namanya ikan kayangan di danau ini, kalau daerah lain biasanya di sebut ikan arwana. Ini sangat langka loh belum tentu daerah lain ada seperti ini, juga keindahan alam yang masih alami apalagi kalau sore pas kali waktunya untuk kita melihat pemandangan danau ni. sama juga danau ini terletak di jalan lintas yang mana lintas ini antara dua kabupaten Rohul dan Rohil jadi pastilah banyak orang yang lewat dari lintas ini”</p>
---	--

Menetapkan Target

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<p>1. Apa dampak dari pengembangan wisata Danau Napangga ini ?</p>	<p>“ya alhamdulillah dari pengembangan wisata ini dampaknya lumayan keliatan sekarang seperti wisatawan sudah nyaman untuk datang kesini karena akses sudah bagus, Ketika event di adakan wisatawan banyak datang bahkan dari luar kota pun ada sehingga membantu umkm juga yang ada di sekitar Danau Napangga”</p>
2.	<p>2. Apakah pengembangan wisata Danau Napangga sudah berjalan dengan optimal ?</p>	<p>“dari semua upaya pengembangan wisata ini sudah berjalan optimal hanya saja ada pengembangan yang masih dalam tahap pengerjaan seperti akses jalan utama ini, karena tidak mungkin program pengembangan itu berjalan serentak pasti satu persatu pengerjaannya dan akses inilah yang di utamakan, nantinya setelah ini baru fokus ke perawatan fasilitas wisata”</p>
3.	<p>3. Apa hal positif bagi masyarakat sekitar dengan adanya wisata Danau Napangga ini ?</p>	<p>“Obyek wisata Danau Napangga berdampak positif bagi masyarakat sekitar, karena masyarakat sekitar yang awalnya tidak memiliki pekerjaan dengan adanya wisata ini dapat membantu umkm dan membuka lapangan pekerjaan bagi mereka yang membutuhkan”</p>
4.	<p>4. Apakah aksesibilitas dan fasilitas wisata Danau Napangga sudah cukup optimal ?</p>	<p>“untuk akses sudah aman yak arena ini sudah di perbaiki dan untuk fasilitas seperti parkir, wc umum, kemudian tempat foto-foto itu sudah ada, kedepannya nanti pasti akan ada penambahan untuk wisata ini lebih maju”</p>

Menyusun Pesan

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	<p>1. Bagaimana cara penyampaian pesan agar wisatawan tertarik ?</p>	<p>“sebelum menyampaikan pesan agar wisatawan tertarik saya lihat dulu kira-kira apa ni yang membuat mereka tertarik contoh di sini orangnya banyak yang suka motorcros maka saya buat informasi yang terkait dengan event ini jadi mereka tertarik untuk datang ke sini, juga ada menyampaikan dengan video tentang keindahan alam itu juga buat wisatawan tertarik, juga ada informasi tentang event hiburan menarik dan kuliner sehingga dengan seperti ini wisatawan semakin penasaran dan menimbulkan rasa ingin tahu tentang wisata ini”</p>
2.	<p>2. Apa syarat utama agar pesan dapat di terima oleh wisatawan ?</p>	<p>“yang pasti kalau dalam menyampaikan pesan tu harus jelas ya langsung to the point aja gitu dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, dan pilih saluran yang sering di gunakan wisatawan biar lebih gampang di akses, dan jangan lupa harus siap mendengarkan umpan balik kesan pesan dari wisatawan”</p>



<p>3. Apa jenis pesan yang akan di sampaikan kepada masyarakat umum atau wisatawan ?</p>	<p>“biasanya pesan atau informasi di sampaikan secara langsung dengan melakukan komunikasi secara individu atau kelompok, biasanya Ketika saya di undang ke acara di luar kecamatan atau kabupaten pasti saya memberikan informasi terkait wisata kita ini”</p>
--	---

Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 Undang-Undang
 Dianggap mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, 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.

Memilih Media

PERTANYAAN	JAWABAN
<p>1. Media apa yang di gunakan dalam melancarkan strategi pengembangan wisata ini ?</p>	<p>“media yang di gunakan dalam melancarkan strategi komunikasi pengembangan wisata Danau Napangga ini ialah media cetak(pamflet,spanduk,koran) media elektronik (radio) media online facebook (Danau napangga indah) Instagram (lake napangga) media online lainnya seperti web (pelitariau.com, detakriau.com, transriau.com. dan lainnya). Semua media ini di gunakan untuk melancarkan strategi komunikasi pemerintahan kecamatan dalam mengembangkan wisata ini”</p>
<p>2. Apa tujuan utama dari promosi melalui media ini ?</p>	<p>“tujuan utama dari promosi melalui media ini ialah untuk menarik perhatian masyarakat luas atau wisatawan yang mana promosi melalui media ini baik itu media online ataupun cetak itu merupakan promosi yang cepat di terima oleh wisatawan, maka tujuan utama yakni untuk meningkatkan ketertarikan dan juga kesadaran dan meningkatkan hubungan Kerjasama baik itu dengan bisnis lokal maupun dengan influencer dan media”</p>
<p>3. Apa saja kelemahan dan kekuatan dari media cetak dan media online ?</p>	<p>“yang namanya media pasti ada kelemahan dan kekuatan ya baik itu media cetak atau online, kalau untuk media cetak kelemahannya pasti di biaya lebih tinggi karena di cetak dan juga biaya pengiriman segala macamlah serta dampak lingkungan juga seperti pnggunaan kertas tinta yang kurang ramah lingkungan, kalau untuk kekuatannya juga ada seperti visual yang menarik dan juga target yang terfokus karena di distribusikan ke tempat-tempat yang relevan nah untuk media online kekuatannya jangkauan lebih luas sertabiaya lebih fleksibel tapi juga ada kelemahan seperti kualitas konten dan jangkauan offline”</p>



Menetapkan Target

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah dampak dari pengembangan wisata Danau Napangga ini ?	“kami selaku penggiat wisata danau napangga ini selalu menjaga dan merawat wisata ini agar lebih berkembang, ya seperti yang di lihat wisata danau ini setiap event-event apa pun itu selalu ramai pengunjung bahkan hari-hari besar seperti hari raya atau pun tahun baru bisa sampai 2000 pengunjung datang ke danau ini”
2.	Apakah pengembangan wisata Danau Napangga sudah berjalan dengan optimal ?	“kegiatan demi kegiatan sudah kami lakukan untuk mewujudkan pengembangan wisata yang optimal, untuk penambahan fasilitas wisata mungkin setelah perbaikan jalan karena jalan ini sedang tahap pembangunan”
3.	Apakah positif bagi masyarakat sekitar dengan adanya wisata Danau Napangga ini ?	“wisata Danau Napangga membuat kemakmuran bagi masyarakat, karena bagi masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan bisa ikut berjualan di sekitar danau dan juga ikut dalam pengelolaan wisata, dan juga sebagai edukasi kepada masyarakat untuk lebih menjaga lingkungan”
4.	Apakah aksesibilitas dan fasilitas wisata Danau Napangga sudah cukup optimal ?	“alhamdulillah untuk fasilitas sudah lumayan ya, bahkan di sini ada buaya codot sangat besar untuk di tonton gitu, yang mau foto-foto juga bisa di tepian danau alami bagus pemandangannya”

Menyusun Pesan

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana cara penyampaian pesan agar wisatawan tertarik ?	“untuk penyampaian pesan atau informasi biasanya juga tentang penawaran promosi yang menarik, juga ada memberikan informasi tentang sejarah dan budaya lokal ini juga menarik perhatian wisatawan untuk datang ke sini”
2.	Apakah syarat utama agar pesan dapat di terima oleh wisatawan ?	“yang penting pesan itu sifatnya menarik, jelas, positif, mendidik, dan memberikan kesan tersendiri terhadap wisatawan”
3.	Apakah jenis pesan yang akan di sampaikan kepada masyarakat umum atau wisatawan ?	“untuk jenis pesan atau informasi ini jenisnya komunikasi sosial yang mana berinteraksi langsung dengan individu tau kelompok sosial, apalagi camat kan sering di undang ke event-event jadi sering lah berinteraksi langsung kalau saya juga memberikan informasi lewat sosial media dan lainnya”

1. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 2. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 3. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 4. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 5. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 6. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 7. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 8. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 9. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 10. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah.

1. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 2. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 3. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 4. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 5. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 6. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 7. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 8. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 9. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah. 10. Diarahkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah.



Memilih Media

Hak Cipta dan Merek Dagang UIN Suska Riau
 1. Diarahkan untuk menulis sebagai sumber penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 2. Pengutipan tidak mengutipkan dan menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengutipkan dan menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No PERTANYAAN	JAWABAN
1. Media apa yang di gunakan dalam melancarkan strategi pengembangan wisata ini	“zaman sekarang ya semua serba online kan jadi ya kami mempromosikan wisata ini lewat berbagai media online contohnya ya wa,fb,ig, dan lainnya. Agar wisatawan bisa lihat dari media yang di gunakan”
2. Apa tujuan utama dari promosi melalui media ini ?	“tujuan dari promosi yang pasti untuk menarik perhatian wisatawan ya, promosi juga bisa meningkatkan kaingintahuan terhadap wisata”
3. Apa saja kelemahan dan kekuatan dari media cetak dan media online ?	“media online ataupun cetak itu sama-sama penting karena mempunyai tujuan yang sama untuk mempromosikan wisata kita ini, media online mungkin lebih luas jangkauannya tapi ada juga kelemahannya seperti kualitas konten dan konten yang berlebihan. Media cetak juga bisa menjangkau tempat yang relevan tapi juga memiliki kelemahan di biaya yang lebih tinggi, jadi media online atau pun cetak itu sama-sama bagus untuk promosi wisata”





Menetapkan Target

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah dampak dari pengembangan wisata Danau Napangga ini ?	“dampak dari perkembangan itu pasti jumlah wisatawan yang bertambah dan juga perawatan sarana dan perbaikan akses jalan yang alhamdulillah sudah mulai di perbaiki ini semua berkat Kerjasama pemerintah dan kawan-kawan penggiat wisata juga masyarakat”
2.	Apakah pengembangan wisata Danau Napangga sudah berjalan dengan optimal ?	“saya bertanggung jawab penuh atas pengembangan ini karena saya turun ke lapangan langsung melihat pelaksanaan pengembangan wisata, seperti yang di lihat akses jalan sedang tahap pembangunan agar lebih baik dan nyaman di gunakan”
3.	Apakah hal positif bagi masyarakat sekitar dengan adanya wisata Danau Napangga ini ?	“mungkin dulu ini hanya perkampungan kecil, namun bisa di lihat sekarang dengan adanya wisata ini dapat memberikan dampak yang sangat positif bagi masyarakat sekitar terlebih lagi semenjak pemekaran kecamatan Tanjung Medan menjadi kecamatan dan banyak melakukan pembangunan untuk wisata lebih berkembang”
4.	Apakah aksesibilitas dan fasilitas wisata Danau Napangga sudah cukup optimal ?	“sudah optimal ya terutama jalan itu sudah bagus dan tinggal fasilitas nanti akan di tambah agar lebih berkembang dan perawatan fasilitas juga harus ya karena sudah ada beberapa fasilitas wisata yang rusak karena sempat banjir dulunya”

Menyusun Pesan

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana cara penyampaian pesan agar wisatawan tertarik ?	“penyampaian pesan itu penting ya apalagi kalau udah mau di adakan event nah otomatis kami harus membuat informasi atau promosi agar wisatawan tau bahwasanya ada event yang akan di adakan di Danau Napangga ini penyampaian pesan pasti harus menarik biar ramai”
2.	Apakah syarat utama agar pesan dapat di terima oleh wisatawan ?	“pesan itu pastinya harus jelas dan bersifat informatif jadi orang-orang tu langsung paham apa maksud dari pesan tersebut gak bertele-tele lah”
3.	Apakah jenis pesan yang akan di sampaikan kepada masyarakat umum atau wisatawan ?	“pesan itu kan banyak ya ada yang langsung dan ada yang tidak langsung kalau saya lebih menyampaikan pesan jenis promosi lewat iklan baleho misalnya dan spanduk gitu wisatawan juga bisa melihat secara tidak langsung lewat spanduk atau promosi lainnya”

Memilih Media

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Media apa yang di gunakan dalam melancarkan strategi pengembangan wisata ini ?	“mempromosikan wisata itu perlu dan sangat penting karena zaman sekarang promosi itu mudah di akses di media sosial jadi media yang di pakai banyak di media sosial untuk promosi wisata ini”
2.	Apakah tujuan utama dari promosi melalui media ini ?	“tujuan promosi ini bisa untuk mengumpulkan data seperti data tentang preferensi dan perilaku audiens yang mana data ini berguna untuk perencanaan promosi di masa yang akan datang”
3.	Apakah saja kelemahan dan	“kami pakai dua-duanya media online dan cetak untuk promosi missal



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang menjiplak atau menyalin dengan cara bagaimanapun.

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.

b. Pengutipan tidak diperkenankan untuk tujuan komersial/kepentingan pribadi.

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

Menetapkan Target

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apakah dampak dari pengembangan wisata Danau Napangga ini ?	“semenjak di buat acara-acara di danau ini semakin banyak orang tau dan juga akses jalan sudah mulai di perbaiki ini yang mana ini jadi kesan bagi kami wisatawan yang datang kesini”
2.	Apakah pengembangan wisata Danau Napangga sudah berjalan dengan optimal ?	“kalau menurut saya ini sudah lumayan bagus sih di lihat dari segi pembangunan jalan ini berarti menandakan ada perkembangan dari sebelumnya”
3.	Apakah hal positif bagi masyarakat sekitar dengan adanya wisata Danau Napangga ini ?	“dulu di sini sepi belum banyak rumah-rumah seperti sekarang, ini semua karena adanya wisata Danau Napangga ini dan lagi kantor camat terletak tepat di samping danau ini yang membuat semakin ramai masyarakat yang merasakan dampak positif dari wisata Danau Napangga ini”
4.	Apakah aksesibilitas dan fasilitas wisata Danau Napangga sudah cukup optimal ?	“akses sudah bagus karena sudah di perbaiki, pusat layanan, hiburan, makanan kuliner di pinggir danau juga ada, keliling danau dengan perahu juga ada, jadi dengan fasilitas itu sudah lumayan optimal”

Menyusun Pesan

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Bagaimana cara penyampaian pesan agar wisatawan tertarik ?	“biasanya banyak tu iklan-iklan atau promosi kadang dari fb atau status wa gitu jadi orang banyak tau tentang wisata ini, ada juga promosi dari pak camat langsung kayak event motorcros kemaren ada spanduknya gitu”
2.	Apakah syarat utama agar pesan dapat di terima oleh wisatawan ?	“wisatawan atau masyarakat daerah sini harus di tengok dulu apa ni yang saring di pakai mereka dalam menyampaikan pesan contohnya kan kami sering pakai media sosial ya pesan-pesan harus ada melalui media sosial agar lebih gampang di akses oleh kami wisatawan”
3.	Apakah jenis pesan yang akan di sampaikan kepada masyarakat umum atau wisatawan ?	“biasanya ya ada spanduk gitu di simpang-simpang jalan jadi orang-orang lihat lah pesan promosi wisata ini kan ada juga promosi langsung di sampaikan pak camat di desa-desa Ketika ada rapat atau event apa pun itu”

Memilih Media

No	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Media apa yang di gunakan dalam melancarkan strategi pengembangan wisata ini ?	“kami sering juga melihat promosi wisata Danau Napangga ini di media cetak seperti spanduk dan juga dari orang-orang yang pernah datang kesini, ada juga dari facebook video-video atau postingan dari penggiat wisata atau wisatawan atau bahkan warga sekitar”
2.	Apakah tujuan utama dari promosi melalui media ini ?	“tujuan utama dari sebuah promosi ya untuk kami sebagai wisatawan agar kami tahu apa saja ni kegiatan atau event yang akan di lakukan di Danau Napangga, karena biasanya promosi di lakukan sebelum ada event gitu”
3.	Apakah saja kelemahan dan	“iya kami sering lihat promosi-promosi seperti spanduk di jalan dan juga di

<p>kekuatan dari media cetak dan media online ?</p>	<p>media online seperti video di facebook ataupun story wa yang biasanya membagikan event yang akan di buat di Danau Napangga ini”</p>
---	--

DOKUMENTASI



Gambar 6.1 Dokumentasi bersama pak Bahrul, S.Sos sebagai Camat Tanjung Medan



Gambar 6.2 Dokumentasi wawancara mengenai strategi komunikasi pemerintahan kecamatan Tanjung Medan dalam mengembangkan wisata Danau Napangga

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Gambar 6.3 Dokumentasi bersama Madian Ahmad sebagai ketua POKDARWIS



Gambar 6.4 Dokumentasi bersama Safrizal selaku Koordinator Pengembangan Wisata