

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PERANAN SEKSI PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KOTA PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA
BELANJA PASAR BAWAH KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Srata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Pemerintahan
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



**VENNY ASTIKA
NPM : 157310528**

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
PEKANBARU**

2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Venny Astika
NPM : 1573100528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Turut Menyetujui
Program Studi Ilmu Pemerintahan
Ketua,

Pekanbaru, 3 Juli 2021
Pembimbing I,

(Dr. Ranggi Ade Febrian., S.IP, M,Si) (Prof. Dr. Yusri Munaf, SH, M.Hum)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Venny Astika
NPM : 1573100528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Bidang Ilmu-Ilmu Sosial.

Pekanbaru, 3 Juli 2021

Ketua,

Sekretaris,


Prof. Dr. Yusri Munaf, SH, M.Hum


Rizky Setiawan, S.IP, M.Si

Anggota,

Mengetahui,
Wakil Dekan I,


Dr. H. Rayunir Rauf, M.Si


Indra Safri, S.Sos., M.Si




UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 952/UIR-Fs/Kpts/2021 tanggal 16 Juni 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 17 Juni 2021 jam 08.00 – 09.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Venny Astika
NPM : 157310528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : *Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.*

Nilai Ujian : Angka : " 79.93 " ; Huruf : " B+ "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Yusri Munaf, SH., M.Hum	Ketua	1. 
2.	Risky Setiawan, S.IP., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Dr. H. Rahyunir Rauf, M.Si	Anggota	3. 

Pekanbaru 17 Juni 2021
An. Dekan,

Indra Safri, S.Sos., M.Si.
Wakil Dekan I Bid. Akademik

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 262 /UIR-FS/KPTS/2021
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

Mengingat : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 141/UIR/KPTS/2009 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 117/UIR/KPTS/2012, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.

Memperhatikan : Rekomendasi Ketua Jurusan/Ketua Program Studi dan Wakil Dekan Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Venny Astika
N P M : 157310528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : *Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.*

Struktur Tim :

1. Prof. Dr. H. Yusri Munaf, SH, M.Hum	Sebagai Ketua merangkap Penguji
2. Risky Setiawan, S.IP., M.Si.	Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
3. Dr. H. Rahyunir Rauf, M.Si	Sebagai Anggota merangkap Penguji

2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.

3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 16 Juni 2021
Dekan,

Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si.

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Prodi.....
4. A r s i p -----sk.penguji-----

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama * : Venny Astika
NPM : 1573100528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam
Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar
Bawah Kota Pekanbaru

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan korektif dan masukan Tim penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 3 Juli 2021

Ketua,

An Tim Penguji
Sekretaris,

Prof. Dr. Yusri Munaf, SH, M.Hum

Rizky Setiawan, S.IP, M.Si

Mengetahui,
Wakil Dekan I,

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui
Program Studi Ilmu Pemerintahan
Ketua,

Dr. Ranggi Ade Febrian., S.IP, M.Si

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk naskah Skripsi yang sederhana ini aku persembahkan sebagai sedikit tanda bukti dan ucapan terimakasihku kepada segenap hamba Allah SWT yang ku tuliskan berikut ini yang telah banyak berjasa dalam perjalanan kehidupan ku sampai saat ini. Sungguh aku tak mampu menggantikan kasihmu dengan apapun, tiada yang dapat ku berikan agar setara dengan pengorbananmu kasih sayangmu tak pernah bertepi cinta mu tak pernah berujung tiada kasih seindah kasihmu tiada cinta semurni cintamu ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku kasihi dan ku sayangi yaitu ayahanda dan Ibunda tercinta sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga. Semoga Tuhan tetap melimpahkan rahmat dan karunia nya yang tiada terputus kepada ibu ku tercinta tak lupa pula kepada seluruh keluarga besar ku kakak abang dan juga keponakan keponakanku serta adik adik tercintaku dan juga kepada teman-temanku yang telah membantu baik materil maupun moril serta motivasiku dalam menyelesaikan studi. Semoga Allah membahwas amal baik beliau dengan rahmat dan karunia yang setimpal, Amin...

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat yang diberikanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul “Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru”. Sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik di Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Dalam usaha untuk menyelesaikan Penulisan Skripsi ini penulis telah banyak diberikan bantuan baik berupa waktu, tenaga, kritik, saran, dan kerjasama diskusi dari pihak-pihak yang berkompeten dan berdedikasi demi kesempurnaan penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada saya penulis terutama kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH. MCL yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
2. Dr. Syahrul Akmal Lathif, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
3. Dr. Ranggi Ade Febrian., S.IP, M.Si Sebagai Ketua Program studi Ilmu Pemerintahan yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis untuk menyelesaikan Penulisan Skripsi ini.

4. Prof. Dr. Yusri Munaf, SH, M.Hum Sebagai Pembimbing I (satu) saya yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada saya sebagai penulis dalam penyusunan Penulisan Skripsi ini.
5. Kepada Bapak/Ibu Segenap Dosen/Asisten Dosen yang telah banyak memberikan ilmu yang pada akhirnya dapat di pergunakan dalam penyusunan Penulisan Skripsi ini.
6. Kepada keluarga tercinta Ayah saya dan juga kepada Ibu saya tercinta dan juga kepada saudara-saudara saya tercinta yang senantiasa pengertian dan juga kesabarannya selalu mendoakan saya, memberikan inspirasi dan juga semangat serta bantuan untuk penyelesaian Penulisan Skripsi ini.
7. Kepada teman-teman seperjuangan saya di Prodi Ilmu Pemerintahan yang juga telah banyak membantu saya untuk berkembang di dalam memahami ilmu-ilmu yang sedang dipelajari, khususnya Ilmu Pemerintahan.
8. Kepada seluruh pegawai Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru yang telah mengizinkan penulis mengambil dan melengkapi data penelitian yang penulis kerjakan.

Dalam naskah Skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan juga kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca Skripsi ini untuk kesempurnaan Skripsi penulis serta diharapkan sebagaibahan referensi untuk pembuatan Penulisan Skripsi adik-adik tingkat berikutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga Penulisan Skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta Nusa dan Bangsa, dan juga dapat menambah khasanah cakrawala pemikiran para pembaca.

Wassalammualaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 3 Juli 2021

Penulis
Ttd

Venny Astika



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
A. Studi Kepustakaan.....	11
1. Konsep Pemerintahan	11
2. Konsep Organisasi Pemerintahan.....	15
3. Konsep Peranan	19
4. Konsep Promosi.....	25
5. Konsep Pariwisata	31
6. Konsep Wisata Pasar Bawah	32
7. Perda Kota Pekanbaru No. 13 Tahun 2000	33
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pikir.....	37
D. Konsep Operasional	38
E. Operasional Variabel.....	40
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41

C. Informan Penelitian	42
D. Teknik Penarikan Key Informan dan Informan	43
E. Jenis dan Sumber Data	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisis Data	46
H. Jadwal Kegiatan Penelitian	46
BAB IV :DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru	50
1. Sejarah Kota Pekanbaru	50
2. Keadaan Geografis Kota Pekanbaru	51
3. Keadaan Penduduk Kota Pekanbaru	56
4. Pemerintah Kota Pekanbaru	58
B. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru	61
C. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru	63
D. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru	66
BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Key Informan dan Informan	67
B. Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru	68
1. Menginformasikan (<i>Informing</i>)	70
2. Membujuk Pelanggan Sasaran (<i>Persuading</i>)	77
3. Mengingatkan (<i>Reminding</i>)	87
C. Faktor-Faktor Penghambat yang Dihadapi Oleh Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru	89
BAB VI :PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
I.1	: Data Jumlah Pengunjung Di Objek Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	7
II.1	: Penelitian Terdahulu Terkait Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	36
II.2	: Konsep Operasional Variabel Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	40
III.1	: Jumlah Key Informan Penelitian Tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	43
IV.1	: Distribusi Jumlah Data Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	57
IV.2	: Distribusi Jumlah Data Penduduk Menurut Usia di Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	58
IV.3	: Nama Kecamatan Beserta Nama Kelurahan Yang Ada Di KotaPekanbaru.....	60

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.I : Kerangka Pikir Penelitian Tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	37
III.I : Teknik Analisa Data Menurut Craswell Dalam Meneliti Judul Tentang Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	47
IV.1 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	: Daftar Wawancara Dengan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Terkait Penelitian tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru	97
2	: Daftar Wawancara Dengan Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Terkait Penelitian tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru	102
3	: Daftar Wawancara Dengan Pengunjung Terkait Penelitian tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru	107
4	: Foto Dokumentasi Penelitian tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	111
5	: Dokumentasi Surat Penelitian tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.....	116
	...	

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Konferehensif Skripsi yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Venny Astika
NPM : 157310528
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.I)
Judul Skripsi : Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian Skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah Skripsi penulis telah sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah;
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas Dan Universitas;
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian Skripsi yang telah saya ikuti serta Hukum Negara Republik Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 30 Juni 2021
Pelaku Pernyataan,



Venny Astika

**PERANAN SEKSI PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KOTA PEKANBARU DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA
BELANJA PASAR BAWAH KOTA PEKANBARU**

ABSTRAK

Oleh
Venny Astika

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru. Adapun permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pasar bawah yang merupakan salah satu tempat pariwisata yang sudah mulai kurang peminatnya oleh masyarakat khususnya masyarakat Kota Pekanbaru. Indikator penilaian Pdalam pelaksanaan promosi yang dipergunakan meliputi Menginformasikan, Membujuk Sasarana, Meningkatkan. Tipe penelitian yang berlokasi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru adalah survey deskriptif, yaitu memprioritaskan daftar wawancara sebagai alat pengumpulan data dan data yang terkumpul dengan alat ini kemudian dijadikan bahan baku utama untuk menganalisis kondisi empiris dari obyektivitas keberadaan tujuan penelitian pada lokasi yang diteliti. Adapun Key informan dalam penelitian ini adalah Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Selaku Pengelola Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru, dan Informan Penelitiannya adalah Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah. Teknik Penarikan Keyinforman menggunakan tehnik puposisve sampling sedangkan untuk informan penulis menggunakan tehnik *Snowball sampling* . Jenis dan tehnik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari, data primer dikumpulkan dengan menggunakan tehnik daftar wawancaran serta data skunder yang dikumupulkan menggunakan tehnik observasi dan dokumentasi. Sementara tehnik analisis data yang dipergunakan adalah dengan menggunakan teori *cresswell*. Berdasarkan tehnik analisis ini penulis menilai dan menyimpulkan bahwa Peranan Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru belum terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Peranan, Promosi, Objek Wisata Pasar Bawah.

**THE ROLE OF THE PROMOTION SECTION OF THE CULTURE AND
TOURISM DEPARTMENT OF PEKANBARU CITY IN PROMOTING
OBJECT OF BELOW MARKET SHOPPING TOURISM, PEKANBARU CITY**

ABSTRACT

By

Venny Astika

This study aims to determine the role of the Promotion Section of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office in Promoting Pekanbaru City Underground Shopping Tourism Objects. The problems raised in this study are about the role of the Pekanbaru City Tourism and Culture Office in increasing the down market which is one of the places of tourism that has started to lack demand by the community, especially the people of Pekanbaru City. Pd assessment indicators in the implementation of promotions that are used include Informing, Persuading the Target, Remind. The type of research located at the Pekanbaru City Tourism and Culture Office is a descriptive survey, which prioritizes the interview list as a data collection tool and the data collected by this tool is then used as the main raw material for analyzing the empirical condition of the objectivity of the existence of the research objectives at the location under study. The key informants in this study were the Promotion Section of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office, Management of PT. Dalena Pertama Indah as Manager of the Pasar Bawah Pasar Wisata Kota Pekanbaru, and her research informants are visitors to Pasar Bawah Tourism Market. The key informant withdrawal technique uses purposive sampling technique, while for informants the author uses the Snowball sampling technique. Types and data collection techniques used consisted of primary data collected using interview list techniques and secondary data collected using observation and documentation techniques. Meanwhile, the data analysis technique used is Cresswell's theory. Based on this analysis technique, the authors assess and conclude that the role of the Pekanbaru City Culture and Tourism Office in Promoting Pekanbaru City Underground Shopping Tourism Objects has not been implemented properly.

Keywords: Role, Promotion, Lower Market Tourism Object

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah Negara yang menganut sistem demokrasi. Demokrasi merupakan sistem dimana pemerintah dipilih oleh rakyat, demi rakyat, dan untuk rakyat. Oleh sebab itu, segala sesuatu yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia, harus memiliki dampak besar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia.

Indonesia juga merupakan Negara yang menggunakan sistem desentralisasi. Di dalam otonomi daerah mengakibatkan perubahan pada pola hubungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Pola perubahan hubungan tersebut adalah perubahan wewenang dan tanggung jawab pemerintah di tingkat pusat maupun daerah. Namun demikian terdapat kewenangan yang tidak dapat didesentralisasikan dalam otonomi daerah, yaitu urusan politik luar negeri, pertahanan, keamanan, moneter, dan fiscal, hukum, serta agama.

Di era reformasi saat ini di segala bidang, termasuk dalam bidang pemerintahan mendorong pemerintah untuk mempunyai kinerja yang lebih efektif dan efisien dari tahun-tahun sebelumnya. Tuntutan masyarakat yang tinggi terhadap terwujudnya pemerataan pembangunan memaksa pemerintah merubah tatanan lembaga public di Indonesia. Untuk mewujudkan hal itu, pemerintah mengeluarkan UU No. 22 Tahun 1999 yang kemudian berubah menjadi UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah kemudian diperbaharui menjadi UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang urusan Pemerintah terbagi menjadi 3 (tiga) bagian: pertama Urusan pemerintahan absolut, kedua, urusan pemerintahan konkuren dan yang ketiga adalah urusan pemerintahan umum. Ketiga urusan diatas dibagi menjadi urusan yang menjadi domain pusat dan domain daerah. Asas yang digunakan pembagian urusan pemerintahan terdiri dari asas desentralisasi, dekonsentrasi dan asas tugas pembantuan.

Asas desentralisasi adalah penyerahan kewenangan dari pusat ke daerah, dan domain dari desentralisasi sangat berkaitan dengan penyerahan kekuasaan dari sebelumnya milik pusat menjadi milik daerah. Asas dekonsentrasi adalah pelimpahan sebagian urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Pemerintah Pusat kepada gubernur sebagai wakil Pemerintah Pusat, kepada instansi vertikal di wilayah tertentu, atau kepada gubernur dan bupati/wali kota sebagai penanggung jawab urusan pemerintahan umum. Sedang asas tugas pembantuan adalah penugasan dari pemerintah Pusat kepada daerah otonomi untuk melaksanakan sebagian urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan pemerintah Pusat atau dari pemerintah Daerah Provinsi kepada Daerah kabupaten/kota untuk melaksanakan sebagian urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah Provinsi.

Secara keseluruhan dengan adanya otonomi daerah ini, maka daerah memiliki tugas untuk mengembangkan daerahnya baik dari segi perekonomian, pembangunan, dan juga kemajuan alat transportasi, yang merupakan salah satu kebutuhan vital bagi masyarakat baik yang tinggal di Desa maupun di Kota.

Untuk meningkatkan perekonomian dan pembangunan daerahnya, maka Pemerintahan daerah harus meningkatkan pendapatan daerah baik itu melalui pengelolaan sumber daya alam, maupun dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dengan hal itu, dalam Undang Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Perkembangan kepariwisataan ditandai dengan meningkatkan arus jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu negara atau kota yang memiliki daya tarik wisata. pariwisata biasanya akan lebih berkembang atau dikembangkan, jika suatu daerah terdapat lebih dari satu jenis objek dan daya tarik wisata. suatu negara atau kota harus memiliki daya tarik dari objek wisatanya sehingga wisatawan atau pengunjung akan merasa tertarik atau penasaran untuk mengunjungi objek wisata tersebut. (Wijayanti, 2010)

Kota Pekanbaru yang merupakan ibukota dan kota terbesar di provinsi Riau, Indonesia. Kota ini merupakan kota perdagangan dan jasa. Termasuk sebagai kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi dan urbanisasi yang tinggi.

Saat ini Kota Pekanbaru sedang berkembang pesat menjadi kota dagang yang multi-etnik, keberagaman ini telah menjadi modal sosial dalam mencapai kepentingan bersama untuk dimanfaatkan bagi kesejahteraan rakyatnya. (id.wikipedia.org) Kota Pekanbaru yang terkenal dengan objek wisata bukannya selain itu terkenal juga dengan daya tarik Pasar Bawah yang sudah lama berdiri di Kota tersebut. Pasar bawah adalah pasar Pemerintah yang dikelola oleh pihak ke-III (investor) yaitu PT. Dalena Pertama Indah, yang memiliki 2 lantai dan masing-masing terdapat 150 kios, dan menjadi pusat perbelanjaan terkenal yang telah menjadi ikon tempat wisata belanja di Kota Pekanbaru yang memiliki. Pasar yang terletak di sebelah utara Pekanbaru ini merupakan pusat perbelanjaan yang banyak menyediakan barang – barang antik, pernak – pernik aksesoris rumah tangga, baik dari dalam maupun luar negeri. Pasar Bawah merupakan salah satu tempat yang bisa disinggahi karena telah menjadi tempat belanja favorit masyarakat, Pasar Bawah akhirnya diresmikan oleh pemerintah sebagai Pasar Wisata. Dengan diresmikan sebagai pasar wisata Pekanbaru banyak wisatawan dari luar daerah yang berwisata ke Pekanbaru untuk mengunjungi pasar wisata belanja tersebut.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang kebudayaan dan kepariwisataan dan mempunyai tugas menyelenggarakan urusan rumah tangga Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan. Pelaksanaan tugas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah berusaha meningkatkan daya tarik wisata yang diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga Dinas Kebudayaan, Pariwisata, dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang

dibebankan oleh pemerintah Kota Pekanbaru. Karena itu diperlukan suatu langkah nyata dalam menjalin saling pengertian dan kepercayaan dengan berbagai pihak dalam mengenalkan Pasar wisata agar menarik wisatawan agar berkunjung.

Pernyataan di atas sesuai dengan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 111 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi serta tata kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru yang terdiri dari:

Pada bagian ke empat Bidang Pengembangan dan Pemasaran, paragraph 1, pasal 17 yang menjelaskan Seksi Promosi adalah:

1. Seksi promosi mempunyai tugas membantu kepala bidang pengembangan pemasaran dalam melaksanakan sub urusan promosi.
2. Seksi promosi dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:
 - a. Perumusan dan pelaksanaan penyiapan bahan dan peralatan kerja dengan cara merinci jenis dan jumlah peralatan kerja yang diperlukan, menyediakan bahan dan peralatan kerja tersebut ditempatkan kerja yang mudah diambil atau mudal digunakan
 - b. Perumusan dan pelaksanaan penyusunan rencana kerja dengan cara merinci dan menjadwalkan kehiayan akan dilaksanakan pada hari-hari mendatang.
 - c. Perumusan dan pelaksanaan evaluasi pelaksanaan tugas agar dapat diketahui hasil yang dicapai dam kegiatan yang dilaksanakan telah sesuai dengan rencana kerja dengan cara membuat tolak ukur keberhasilan tugas.
 - d. Perumusan dan pelaksanaan penyiapan bahan-bahan yang diperlukan oleh kepala bidang dalam penyusunan kebijakan

program dan prosedur kerja, pencatatan hasil, kerja, petunjuk teknis dan laporan dibidang tugasnya.

- e. Perumusan dan pelaksanaan penyiapan bahan kerja sama dengan instansi pemerintahan maupun swasta dalam mengajukan sarana promosi wisata.
- f. Perumusan dan pelaksanaan penyiapan bahan-bahan promosi.
- g. Perumusan dan pelaksanaan penghimpunan dan pengolahan data promosi wisata.
- h. Perumusan dan pelaksanaan penyiapan bahan pemantauan pengawasan dan pengendalian serta pengembangan kegiatan promosi pariwisata.
- i. Perumusan dan pelaksanaan inventaris permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan bidang tugasnya serta menyiapkan bahan petunjuk, pemecahan masalah.
- j. Perumusan dan pelaksanaan peningkatan usaha-usaha kearah yang dapat memantapkan kegiatan dibidang tugasnya.
- k. Perumusan dan pelaksanaan pengendalian pengawasan dan pembinaan terhadap semua upaya kegiatan dibidang tugasnya.
- l. Perumusan dan pelaksanaan penyusunan laporan kegiatan dibidang tugasnya dengan cara mempersiapkan bahan yang akan dilaporkan, masalah yang dihadapi dan langkah kebijaksanaan yang diambil guna pemecahan masalah.
- m. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Berdasarkan tugas dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru yang tertera di atas bahwa dalam peningkatan atau menurunnya pengunjung

wisata pasar khususnya merupakan tanggung jawab dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. Salah satu tugas dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ini adalah mempromosikan pasar wisata agar, masyarakat atau pengunjung dari daerah bisa mengetahui keberadaan pasar wisata tersebut, selain itu penyediaan sarana serta pembangunan harus ada inovasi sehingga dapat memikat daya tarik pengunjung.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan dari Dinas, bahwa pengunjung pariwisata mengalami penurunan. Untuk lebih jelasnya, penulis akan memaparkan data terkait jumlah pengunjung pasar wisata pasar bawah dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yaitu 2016-2018 sebagai berikut:

I.1: Data Jumlah Pengunjung Di Objek Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2016	101.179
2	2017	98.342
3	2018	94.560

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, 2021

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pasar wisata pasar bawah terjadinya penurunan setiap tahunnya, pada tahun 2016 jumlah pengunjung pasar wisata berjumlah 101.179, dan pada tahun 2017 terjadi penurunan pada jumlah pengunjung pasar wisata yaitu berjumlah 98.342 pengunjung, sedangkan pada tahun 2018 terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 94.560 pengunjung.

Dengan menurunnya jumlah pengunjung pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru ini merupakan tanggung jawab dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kota Pekanbaru agar dapat melakukan promosi dan inovasi terhadap pembangunan yang dimiliki oleh pasar wisata saat sekarang. Dimana berdasarkan pra observasi penulis di lapangan bahwa pasar wisata pasar bawah ini, tidak memiliki tempat yang higienis atau kotor, tempatnya sempit, selain itu pada tahun 2018 basement pasar bawah selalu digenangi air jika hujan turun, hal ini tentunya menjadi salah satu penyebab berkurangnya peminat dari pengunjung dan terjadi kerugian pada pedagang. Karna berkurangnya peminat dari pengunjung untuk berbelanja di pasar bawah atau pasar wisata, hal ini juga berdampak bahwa beberapa pedagang tidak mau berjualan di kios, sehingga dari 150 kios ada 20 kios kosong di lantai dua, dan 6 kios yang kosong di lantai satu.

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis sajikan di atas, dan di tambah dengan data pendukung yang penulis dapatkan dari media-media berita online di daerah Kota Pekanbaru, maka penulis menemukan fenomena-fenomena yang menjadi dasar bagi penulis untuk mengangkat judul penelitian ini, dan fenomena tersebut adalah:

1. Berdasarkan fenomena di lapangan, penulis menduga bahwa, pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum menjalankan fungsinya dalam melakukan kegiatan promosi, terhadap asset-aset daerah, salah satunya adalah pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru.
2. Kurangnya perhatian Pemerintah Kota Pekanbaru Melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam mengembangkan pasar wisata pasar bawah, hal ini dapat dilihat dari kondisi bangunan yang memerlukan perbaikan, lingkungan yang cenderung kotor dan banyak kios yang kosong.

3. Penulis menduga bahwa pasar bawah sebagai pasar wisata tidak mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan lainnya di Kota Pekanbaru yang mana selalu melakukan pengembangan terhadap fisik dan fasilitas di dalam bangunannya, mulai dari tempat belanja, restoran, hiburan, dll, hal ini sangat mempengaruhi minat pengunjung.

Berhubungan dengan permasalahan di atas dan juga didukung dengan fakta-fakta di lapangan yang menggambarkan bahwa masih kurang Pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam melakukan promosi dan pengembangan pasar wisata, Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian adalah: “Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di jelaskan pada latarbelakang di atas dan juga di dasari pada penjelasan penulis, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru?
2. Apa saja Faktor Penghambat yang dihadapi oleh Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

- a. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.
 2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.
- b. Adapun Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:
1. Kegunaan teoritis yaitu penelitian ini diharapkan mampu mengisi dan ikut berpartisipasi dalam perkembangan ilmu pemerintahan, khususnya tentang peran pemerintah dalam mempromosikan pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru.
 2. Kegunaan praktis maksudnya adalah dimana nantinya Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam menjalankan tugasnya khususnya di bidang promosi pariwisata di Kota Pekanbaru.
 3. Kegunaan akademis yaitu penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan untuk mahasiswa yang hendak melakukan penelitian selanjutnya dengan focus penelitian yang sama, yaitu tentang Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu kegiatan untuk mencari referensi sebagai penunjang dalam penelitian ini, baik dikutip dari buku para ahli, jurnal, maupun dari internet. Adapun konsep-konsep dari studi kepustakaan antara lain sebagai berikut :

1. Konsep Pemerintahan

Pemerintah atau *Government* dalam bahasa Indonesia berarti pengarah dan administrasi yang berwenang atas kegiatan orang-orang dalam sebuah negara, negara bagian, atau kota dan sebagainya. Bisa juga berarti lembaga atau badan yang menyelenggarakan pemerintahan negara, negara bagian, atau kota, dan sebagainya.

Pada dasarnya ada banyak pendapat tentang macam bentuk pemerintahan. Teori klasik, bentuk pemerintahan dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu Monarki, Aristokrasi, dan Demokrasi. Pembagian itu berdasarkan kriteria jumlah orang yang memegang kekuasaan pemerintahan Negara. Kelompok ajaran klasik tersebut pertama kali berasal dari Herodotus yang kemudian di lanjutkan dan dikembangkan oleh Plato, Aristoteles dan Polybios. Sedangkan dalam teori modern, bentuk pemerintahan dibedakan antara bentuk monarkhi dan republik, pembagian bentuk pemerintahan menjadi monarkhi dan republic, pertama kali dikemukakan oleh Nicollo Machiavelli dalam bukunya yang berjudul "*II Principe*". Pada perkembangannya, secara umum bentuk pemerintahan yang banyak di adopsi ialah dari teori modern. (Yusri Munaf, 2016:47)

Pemerintah dalam paradigma lama memiliki objek material Negara sehingga pemerintahan berorientasi pada kekuasaan, namun dalam paradigma baru pemerintahan dipandang memiliki objek materialnya masyarakat, sehingga pemerintahan dimaknai sebagai suatu proses menata kelola kehidupan masyarakat dalam suatu pemerintahan/Negara (Yusri Munaf, 2016:47).

Menurut Syafiie (2005:3) ilmu pemerintahan adalah ilmu yang mempelajari bagaimana melaksanakan pengurusan (eksekutif), pengatur (legislatif), kepemimpinan dan organisasi pemerintahan (baik pusat dengan daerah, maupun rakyat dengan pemerintahannya) dalam berbagai peristiwa dan gejala pemerintahan secara baik dan benar. Jadi ilmu pemerintahan yang dimaksud oleh ahli tersebut yaitu sebuah ilmu yang mengkaji terkait organisasi pemerintahan baik itu dari eksekutif, legislative, maupun organisasi lainnya yang memiliki peran penting dalam memimpin organisasi yang ada di Indonesia.

Menurut U. Rosenthal (dalam Syafiie, 2009:21) ilmu pemerintahan adalah ilmu yang menggeluti studi tentang penunjukan cara kerja kedalam dan keluar struktur dan proses pemerintahan umum. Selanjutnya Rosenthal dalam Ndraha (2003:611) memberikan batasan mengenai pemerintahan yaitu: Ilmu Pemerintahan adalah ilmu yang secara otonomi mempelajari bekerjanya struktur – struktur dalam proses-proses pemerintahan umum, baik internal maupun eksternal.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian ilmu pemerintahan yang dimaksud oleh ahli di atas adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang susunan dalam suatu organisasi yaitu suatu tugas yang terbentuk dalam satu kesatuan struktur organisasi, sehingga tugas yang diberikan tidak tumpang tindih dan memiliki tugas masing-masing.

Menurut Ndraha (2003:7) mendefinisikan ilmu pemerintahan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana memenuhi dan melindungi kebutuhan dan tuntutan tiap orang akan jasa publik dan layanan sipil, dalam hubungan pemerintahan, (sehingga dapat diterima) pada saat dibutuhkan oleh yang bersangkutan. Selanjutnya Ndraha (2005:36) pemerintahan adalah semua badan atau organisasi yang berfungsi memenuhi dan melindungi kebutuhan dan kepentingan manusia dan masyarakat. Sedangkan pemerintahan adalah proses pemenuhan dan perlindungan manusia dan masyarakat. Jadi ilmu pemerintahan adalah suatu ilmu yang mempelajari suatu tugas setiap instansi atau organisasi untuk melakukan kewajibannya dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat dalam bidang pelayanan publik, dan hal ini hanya bisa dilakukan oleh pemerintahan sipil.

Pemerintah sebagai sekumpulan orang-orang yang mengelola kewenangan-kewenangan, melaksanakan kepemimpinan dan koordinasi pemerintahan serta pembangunan masyarakat dari lembaga-lembaga dimana mereka ditempatkan. Pemerintah merupakan organisasi atau wadah orang yang mempunyai kekuasaan dan lembaga yang mengurus masalah kenegaraan dan kesejahteraan rakyat dan Negara. Pemerintah adalah organisasi kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang diwilayah tertentu. Pemerintahan dalam arti luas adalah segala urusan yang dilakukan oleh Negara dalam menyelenggarakan kesejahteraan rakyatnya dan kepentingan Negara sendiri, jadi tidak diartikan sebagai pemerintah yang hanya menjalankan tugas eksekutif saja, melainkan juga meliputi tugas-tugas lainnya termasuk legislative

dan yudikatif. Fungsi-fungsi pemerintahan dapat ditemukan dalam konstitusi berupa fungsi peradilan, perencanaan anggaran belanja, pajak, militer, dan polisi. Rasyid membagi fungsi pemerintahan menjadi empat bagian yaitu, pelayanan (*public service*), pembangunan (*development*), pemberdayaan (*empowering*), dan pengaturan (*regulation*). (Labolo, 2006:22)

Pemerintahan adalah suatu ilmu dan seni. Dikatakan sebagai seni Karena banyak pemimpin pemerintahan yang tanpa pendidikan pemerintahan, mampu berkiat serta dengan kharismatik menjalankan roda pemerintahan. Pemerintahan berasal dari kata dasar pemerintah, yang paling sedikit kata “ perintah “ tersebut memiliki empat unsure yaitu, ada dua pihak yang terkandung, kedua pihak tersebut saling memiliki hubungan, pihak yang memerintah, dan pihak yang diperintah memiliki ketaatan. Apabila dalam suatu Negara kekuasaan pemerintah, dibagi atau dipisahkan maka terdapat perbedaan antara pemerintahan dalam arti luas dengan pemerintahan dalam arti sempit. Pemerintahan dalam arti hanya sempit meliputi lembaga yang mengurus pelaksanaan roda pemerintahan (disebut eksekutif), sedangkan pemerintahan dalam arti luas selain eksekutif termasuk juga lembaga yang membuat peraturan perundang-undangan (disebut legislative) dan yang melaksanakan peradilan (disebut yudikatif). (Syafiie, 2001:20)

Berdasarkan pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ilmu pemerintahan merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana hubungan antara yang memerintah dengan yang diperintah didalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan yang diperintah dalam berbagai peristiwa dan gejala pemerintahan secara baik dan benar.

Menurut Sarundajang (2002:5) kehadiran pemerintahan dan keberadaan pemerintah adalah sesuatu yang menjadi keharusan bagi proses kewajiban dalam kehidupan masyarakat. Sejarah telah membuktikan bahwa masyarakat, sekecil apa pun kelompoknya, bahkan sebagai individu sekalipun, membutuhkan pelayanan pemerintah. Oleh karena itu kehidupan sehari-hari erat hubungannya dengan fungsi-fungsi pemerintah di dalamnya.

Menurut Ridwan (2002:2) Pemerintahan adalah Besctuurvoering atau pelaksanaan tugas pemerintah, sedangkan Pemerintah adalah organ/alat atau alat yang menjalankan pemerintahan.

Menurut Manan, Bagir (2001:101) Pemerintahan adalah sebagai alat kelengkapan negara dapat diartikan secara luas dan dalam arti sempit. Pemerintahan dalam arti luas mencakup semua alat kelengkapan negara, yang terjadi dari cabang-cabang kekuasaan eksekutif, legislatif dan yudisial atau alat-alat kelengkapan negara lain yang bertindak untuk dan atas nama negara. Sedangkan Pemerintah juga dapat diartikan dalam arti sempit yaitu pemangku jabatan sebagai pelaksanaan eksekutif atau secara lebih penting, pemerintah sebagai penyelenggara administrasi Negara.

2. Konsep Organisasi Pemerintahan

Secara sederhana organisasi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan yang merupakan wadah atau sarana untuk mencapai berbagai tujuan atau sasaran organisasi memiliki banyak komponen yang melandasi di antaranya terdapat banyak orang, atau hubungan kerja, spesialis pekerjaan dan kesadaran rasional dari anggota sesuai dengan kemampuan dan spesialisasi mereka masing-masing.

Berikut ini peneliti akan kemukakan beberapa pengertian organisasi menurut para ahli. Menurut Hasibuan (2011:120) memberikan pengertian organisasi sebagai berikut:

“Organisasi adalah suatu system perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dan sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan.”

Menurut Louis A.Allen dalam Hasibuan (2003:11) organisasi dapat diartikan sebagai proses penentuan dan pengelompokkan pekerjaan yang akan di kerjakan, menetapkan dan melimpahkan wewenang dan tanggung jawab, dengan maksud untuk memungkinkan orang-orang bekerja sama secara efektif dalam mencapai tujuan.

Secara umu organisasi dapat diartikan sebagai wadah atau tempat untuk menuangkan berbagai macam ide dari setiap individu dan dibakukan menjadi suatu kebijakan atau peraturan agar tujuan dari organisasi tersebut bisa dilaksanakan dengan baik dan tentunya kebijakan tersebut mengharuskan setiap orang di dalam atau di luar organisasi untuk mematuhi dan jika tidak akan dikenakan sanksi.

Menurut Louis A. Allen dalam Hasibuan (2003:11) organisasi dapat diartikan sebagai proses penentuan dan pengelompokkan pekerjaan yang akan di kerjakan, menetapkan dan melimpahkan wewenang dan tanggung jawab, dengan maksud untuk memungkinkan orang-orang bekerja sama secara efektif dalam mencapai tujuan. Jadi didalam organisasi terdapat pengelompokkan kerja yang ditugaskan kepada setiap individu yang sudah ditetapkan dan dilimpahkan wewenangnya dan tanggung jawab, dengan tujuan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan yang sudah disepakati bersama.

Menurut Kast dan James E. Rosenzweig dalam buku yang dikarang oleh Ismail Nawawi (2010:23) yang berjudul “Perilaku Organisasi” menyebutkan bahwa organisasi merupakan sekelompok orang yang terikat secara formal dalam hubungan atasan dan bawahan yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama pula. Definisi tersebut memberikan informasi bahwa organisasi itu terdiri dari dua bagian penting yaitu sebagai wadah berbagai kegiatan dan sebagai proses interaksi antara orang-orang yang terdapat didalamnya.

Menurut Hasibuan (2003:11) organisasi adalah suatu system perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan. Jadi organisasi itu di dalamnya terdapat suatu pola yang saling terkait secara formal, disusun dalam struktur, dan terorganisir untuk saling bahu membahu, bekerja sama, saling tolong menolong untuk mencapai tujuan dan memperoleh hasil yang diinginkan.

Menurut Chester I Barnard (dalam Syafiie 2011 : 11) Organisasi adalah sebagai sebah sistem tentang aktifitas kerjasama dua orang atau lebih dari suatu yang tidak terwujud dan tidak pandang bulu, yang sebagian besar tentang persoalan silaturahmi. Jadi organisasi adalah suatu tempat yang didalamnya terdapat aktivitas kerjsa sama yang melibatkan dua orang atau lebih dan tidak melihat status, dan terjalin komunikasi yang baik, sehingga terciptalah hubungan yang harmonis dengan tidak melupakan tujuan awal dari organisasi tersebut.

Sedangkan menurut Luther Gulick (dalam Syafiie 2011 : 12) organisasi adalah sebagai suatu alat saling hubungan satuan-satuan kerja yang memberikan mereka kepada orang-orang yang di tempatkan dalam struktur kewenangan , jadi

dengan demikian pekerjaan dapat dikoordinasikan oleh perintah dari para atasan kepada para bawahan yang menjangkau dari puncak sampai ke dasar dari seluruh badan usaha. Sedangkan Pemerintah bisa kita artikan sebagai orang atau sekelompok orang yang memiliki kekuasaan untuk memerintah, atau lebih sederhana lagi diartikan sebagai orang atau sekelompok orang yang memberikan perintah. Namun secara keilmuan, Pemerintah diartikan dalam beberapa definisi, antara lain ada yang mendefinisikan sebagai lembaga atau badan public yang mempunyai fungsi dan tujuan Negara, ada pula yang mendefinisikan sebagai sekumpulan orang-orang yang mengelola kewenangan-kewenangan, melaksanakan kepemimpinan dan koordinasi pemerintahan serta pembangunan masyarakat dari lembaga-lembaga dimana mereka ditempatkan.

Robbins, 1994 dalam Sutrisno (2010: 141) organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan. dikoordinasikan secara sadar mengandung pengertian manajemen. Kesatuan sosial berarti bahwa unit itu terdiri dari orang atau kelompok orang yang berinteraksi satu sama lain. Pola interaksi yang diikuti orang di dalam sebuah organisasi tidak begitu saja timbul melainkan telah dipikirkan terlebih dahulu. Karena organisasi merupakan kesatuan sosial, pola interaksi para anggotanya harus diseimbangkan dan diselaraskan untuk tidak hanya sekadar meminimalkan kelebihan (redundancy), namun juga memastikan bahwa tugas-tugas yang kritis telah diselesaikan.

Organisasi menurut Griffin dan Morhead, 1996 dalam Usman (2013:171) adalah sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan Wexley dan Yulk 1977 dalam Sutrisno (2010: 141) mendefinisikan bahwa organisasi adalah pola hubungan antar manusia yang diikutsertakan dalam aktivitas yang membuat satu sama lain saling tergantung untuk suatu tujuan tertentu.

Pengertian organisasi menurut Hasibuan (2013:24) adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari kelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu.

Menurut Waldo dalam bukunya Silalahi (2011:124), menyebutkan: Organisasi adalah struktur hubungan-hubungan diantara orang-orang berdasarkan wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi.

Jadi jika disimpulkan organisasi pemerintahan adalah suatu tempat yang di dalamnya terdapat kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dan saling keterkaitan satu sama lain untuk membangun pondasi atas dasar wewenang yang dimiliki oleh setiap individu di dalam sebuah instansi yang tercantum dalam kebijakan atau peraturan yang menjadi landasannya, sehingga terciptalah tujuan yang sudah diinginkan.

3. Konsep Peranan

Menurut Soekanto (2002; 243) Pengertian Peranan adalah sebagai berikut: “Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya maka ia dapat dikatakan telah menjalankan suatu peranan dalam hal tersebut”.

Sementara itu, menurut pandangan dari ahli Soerjono Soekanto (2002:243), peranan mencakup tiga hal, yaitu:

- a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan;
- b. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi;
- c. Peranan yang dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa setiap individu atau kelompok yang dalam hal ini adalah dinas perhubungan, menjalankan peranan sesuai dengan norma-norma yang dihubungkan dengan posisi dinas perhubungan dalam masyarakat, yang artinya menjalankan peranan berdasarkan peraturan-peraturan yang membimbing dinas perhubungan dalam proses pembangunan masyarakatnya, dalam hal ini penulis merujuk norma hukum berupa undang-undang, peraturan pemerintah dan peraturan daerah, dan norma sosial yang apabila peranan ini dijalankan oleh dinas perhubungan maka akan tercipta suatu hubungan yang memunculkan nilai pelayanan antara dinas perhubungan dengan masyarakatnya yang disebut dengan lingkaran sosial (*social circle*), yang diikuti dengan apa yang dapat dilakukan dinas perhubungan dalam masyarakat, dan juga perilaku dinas perhubungan yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Peranan adalah suatu rangkaian perilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu, atau karena adanya suatu kantor yang mudah dikenal. Kepribadian seseorang barangkali juga amat mempengaruhi bagaimana peranan harus dijalankan. Peranan timbul karena seseorang memahami bahwa ia bekerja tidak sendirian. Mempunyai lingkungan, yang setiap saat diperlukan untuk

berinteraksi. Lingkungan itu luas dan beraneka macam, dan masing-masing akan mempunyai lingkungan yang berlainan. Tetapi peranan yang harus dimainkan pada hakekatnya tidak ada perbedaan Thoha (2012:10).

Menurut Mintzberg dalam buku Pengantar Manajemen Dan buku Kepemimpinan Dalam Manajemen yang di tulis oleh Siswanto dan Thoha (2012: 12-21), ada tiga peran yang dilakukan pemimpin dalam organisasi yaitu:

1. Peran Antarperibadi (Interpersonal Role), dalam peranan antar pribadi, atasan harus bertindak sebagai tokoh, sebagai pemimpin dan sebagai penghubung agar organisasi yang dikelolahnya berjalan dengan lancar. Peranan ini oleh Mintzberg dibagi atas tiga peranan yang merupakan perincian lebih lanjut dari peranan antarpribadi ini. Tiga peranan ini dijelaskan sebagai berikut:
 - a. Peranan sebagai tokoh (Figurehead), yakni suatu peranan yang dilakukan untuk mewakili organisasi yang dipimpinnya didalam setiap kesempatan dan persoalan yang timbul secara formal.
 - b. Peranan sebagai pemimpin (Leader), dalam peranan ini atasan bertindak sebagai pemimpin. Ia melakukan hubungan interpersonal dengan yang dipimpin, dengan melakukan fungsi-fungsi pokoknya diantaranya pemimpin, memotifasi, mengembangkan, dan mengendalikan.
 - c. Peranan sebagai pejabat perantara (Liaison Manager), disini atasan melakukan peranan yang berinteraksi dengan teman sejawat, staf, dan orang-orang yang berada diluar organisasinya, untuk mendapatkan informasi.
2. Peranan Yang Berhubungan Dengan Informasi (Informational Role), peranan interpersonal diatas meletakkan atasan pada posisi yang unik dalam hal mendapatkan informasi. Peranan interpersonal diatas

Mintzberg merancang peranan kedua yakni yang berhubungan dengan informasi ini. Peranan itu terdiri dari peranan-peranan sebagai berikut:

a. Peran pemantau (Monitor), peranan ini mengidentifikasi seorang atasan sebagai penerima dan mengumpulkan informasi.

Adapun informasi yang diterima oleh atasan ini dapat dikelompokkan atas lima kategori berikut :

1. Internal operations, yakni informasi mengenai kemajuan pelaksanaan pekerjaan didalam organisasi, dan semua peristiwa yang ada hubungannya dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut.
2. Peristiwa-peristiwa diluar organisasi (external events), informasi jenis ini diterima oleh atasan dari luar organisasi, misalnya informasi dari langganan, hubungan-hubungan pribadi, pesaing- pesaing, asosiasi-asosiasi dan semua informasi mengenai perubahan atau perkembangan ekonomi, politik, dan teknologi, yang semuanya itu amat bermanfaat bagi organisasi.
3. Informasi dari hasil analisis, semua analisis dan laporan mengenai berbagai isu yang berasal dari bermacam-macam sumber sangat bermanfaat bagi atasan untuk diketahui.
4. Buah pikiran dan kecenderungan, atasan memerlukan suatu sasaran untuk mengembangkan suatu pengertian atas kecenderungan-kecenderungan yang tumbuh dalam masyarakat, dan mempelajari tentang ide-ide atau buah pikiran yang baru.
5. Tekanan-tekanan, atasan perlu juga mengetahui informasi yang ditimbulkan dari tekanan-tekanan dari pihak-pihak tertentu.

b. Sebagai diseminator, peranan ini melibatkan atasan untuk menagani proses transmisi dari informasi-informasi kedalam organisasi yang dipimpinnya.

- c. Sebagai juru bicara (Spokesman), peranan ini dimainkan manajer untuk menyampaikan informasi keluar lingkungan organisasinya.
3. Peranan Pengambil Keputusan (Decisional Role), dalam peranan ini atasan harus terlibat dalam suatu proses pembuatan strategi di dalam organisasi yang di pimpinnya. Mintzberg berkesimpulan bahwa pembagian besar tugas atasan pada hakikatnya digunakan secara penuh untuk memikirkan sistem pembuatan strategi organisasinya. Keterlibatan ini disebabkan karena:
- a. Secara otoritas formal adalah satu-satunya yang diperbolehkan terlibat untuk memikirkan tindakan-tindakan yang penting atau yang baru dalam organisasinya.
 - b. Sebagai pusat informasi, atasan dapat memberikan jaminan atas keputusan yang terbaik, yang mencerminkan pengetahuan yang terbaru dan nilai-nilai organisasi.
 - c. Keputusan-keputusan yang strategis akan lebih mudah diambil secara terpadu dengan adanya satu orang yang dapat melakukan kontrol atas semuanya, Siswanto (2012 : 21).

Menurut Berry David (2003:105), mendefenisikan peranan sebagai harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu. Harapan-harapan tersebut merupakan imbalan dari norma-norma sosial dan oleh karena itu dapat dikatakan bahwa peranan itu ditentukan oleh norma-norma didalam masyarakat. Dalam peranan itu terdapat dua harapan yaitu harapan yang dimiliki oleh si pemegang peran terhadap masyarakat atau terhadap orang yang menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya. Dari pendapat

tersebut dapat disimpulkan bahwa peran adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang karena kewajibannya dari jabatan atau pekerjaannya.

Menurut Veitzal Rivai (2004: 148), peranan diartikan sebagai perilaku yang diatur dan diharapkan seseorang dalam posisi tertentu. Selanjutnya menurut Ali (2000: 148) peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian yang memegang pimpinan yang terutama dalam terjadinya suatu hal atau peristiwa.

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin sedikit keterampilan teknis yang diperlukan. Sebaliknya, semakin rendah kedudukan seseorang dalam suatu hierarki organisasi, semakin penting keterampilan teknis yang diperlukan, Siswanto (2012:21).

Menurut Soejono Soekanto (2012:213) peranan mencakup dalam tiga hal yaitu :

1. Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan. Norma-norma tersebut secara sosial dikenal ada empat meliputi :
 - a) Cara (*Usage*); lebih menonjol di dalam hubungan antar individu dalam masyarakat. Suatu penyimpangan terhadapnya tak akan mengakibatkan hukuman yang berat, akan tetapi hanya sekedar celaan dari individu yang dihubungnya.
 - b) Kebiasaan (*folkways*), sebagai perbuatan yang berulang-ulang dalam bentuk yang sama merupakan bukti bahwa orang banyak menyukai perbuatan tersebut.

- c) Tata kelakuan (*mores*), merupakan cerminan sifat-sifat yang hidup dari kelompok manusia yang dilaksanakan sebagai alat pengawas, secara sadar maupun tidak sadar, oleh masyarakat terhadap anggota-anggotanya.
 - d) Adat istiadat (*custome*), merupakan tata kelakuan yang kekal serta kuat integrasinya dengan pola-pola perilaku masyarakat dapat meningkatkan kekuatan mengikatnya menjadi custom atau adat istiadat. Soejono Soekanto (2012:174).
2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
 3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa peranan adalah suatu komplek penghargaan seseorang terhadap cara menentukan sikap dan perbuatan dalam situasi tertentu berdasarkan atas kedudukan sosial tertentu.

4. Konsep Promosi

Menurut Hasan (2009:10), promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan-calon pelanggan (*audience*) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audience. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan seorang pria berkacamata

hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Tak seorang pun yang tahu apa yang dilakukan pria tersebut, selain dirinya sendiri

Menurut Nickels dalam Swastha & Irawan (2008:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006:120) promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi penjualan menurut Fandy Tjiptono (1997:229) adalah bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.

Adapun fungsi dari promosi yang dikemukakan oleh Swastha (2000:245:246) adalah sebagai berikut:

1. Memberikan Informasi

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang. Dengan demikian promosi merupakan suatu alat bagi

penjual dan pembeli untuk memberitahu kepada pihak lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga kebutuhan dan keinginan tersebut dapat dipengaruhi dengan mengadakan pertukaran yang memuaskan.

2. Membujuk dan mempengaruhi.

Promosi selain bersifat memberitahu juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari pada produk yang lainnya.

3. Menciptakan Kesan (Image)

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi periklanan (advertising) dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk atau layout yang menarik.

4. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan. Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Sedangkan tujuan yang terdapat dalam promosi menurut Asri (2003:360) yaitu sebagai berikut:

1. *Informing*, yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, dimana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan. Gambar, kata-kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.
2. *Persuading*, yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Perlu ditekankan di sini bahwasannya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen

sehingga keputusan yang diambil mungkin justru keputusan yang negative.

3. *Reminding*, yaitu mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingat pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Menurut Tjiptono (2002:221), secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru,
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk,
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar,
 - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk,
 - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan,
 - f. Meluruskan kesan yang keliru,
 - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli,
 - h. Membangun citra perusahaan.
2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
 - a. Membentuk pilihan merk,
 - b. Mengalihkan pilihan ke merk tertentu,
 - c. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut pokok,
 - d. Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga,
 - e. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (salesman).
3. Mengingat (reminding), dapat terdiri atas:
 - a. Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu.

- b. Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
- c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
- d. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan. Misalnya bila pembeli ingin membeli sabun mandi, diharapkan ingatan pertamanya adalah merk Lux.

Program promosi pariwisata dalam Hasan (2015:285) terbagi atas sepuluh bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Acara dan Pengalaman

Acara dan pengalaman adalah penyelenggaraan aktivitas dan program yang di sponsori oleh perusahaan untuk menciptakan interaksi wisatawan dengan *brand*. Berbagai acara bisa diselenggarakan di suatu destinasi, misalnya festival musik, kompetisi olah raga, atau karnaval. Acara ini selain dapat mengundang wisatawan juga dapat membentuk atau mendukung citra destinasi yang sedang dibentuknya.

2. Biro Konvensi dan Pengunjung

Salah satu tujuan dari biro konvensi dan pengunjung adalah untuk mempromosikan destinasi untuk menarik pengunjung.

3. Mitra Pariwisata

Mitra pariwisata dalam masyarakat dapat berupa organisasi atau bisnis terlihat dalam cara apapun dengan pengunjung ke destinasi.

4. Brosur

Brosur memiliki nilai/manfaat yang besar dalam periklanan. Pembuatan brosur harus dapat merincikan berbagai destinasi wisata dan memberik kesempatan kepada wisatawan untuk berkonsultasi selama persiapan perjalanan. Brosur adalah alat komunikasi standar dalam membangun kesadaran tentang adanya destinasi, informasi, pengetahuan dan keinginan untuk membeli produk perjalanan. Berikut ini merupakan kriteria brosur yang baik:

a. Mudah di akses

Konten dan transmisi informasi harus mudah di akses, sehingga mudah dilihat oleh wisatawan bersama keluarga atau teman-teman lainnya di rumah atau di mana saja.

b. *Amazing*

Jujur dalam menampilkan foto yang mengagumkan, dan deskripsi berbagai tempat, infrastruktur, dan lainnya yang menarik untuk dikunjungi.

c. *Profiting*

Cukup menguntungkan dalam hal biaya dibandingkan dengan propaganda media lain dalam mengiklankan produk perjalanan khusus dan produk untuk menarik wisatawan massal yang jumlahnya sangat besar.

d. *Roadmap*

Informasi tentang rute dan antar-lokasi, akses akomodasi, tingkat kenyamanan, keragaman layanan, tarif, dan karakteristik alam di daerah harus jelas.

e. *Price*

Layanan harga spesifik pada musim tertentu memiliki dampak positif pada pengunjung, menyiapkan selebaran tambahan untuk perubahan harga menurut musim, tingkat inflasi, dan lain-lain.

f. Bahasa

Tulislah teks brosur dalam beberapa bahasa dengan gaya yang dinamis, Stylish, dan modern yang dapat menciptakan serta memperkuat keinginan untuk membeli tawaran produk wisata.

g. Kualitas

Foto destinasi, atraksi, dan elemen lingkungan direproduksi dengan tampilan kualitas grafis yang bagus memiliki pengaruh sepuluh kali lipat nilai teks terbaik dan akan unggul jika belum pernah ada sebelumnya.

5. Katalog Travel

Setiap halaman dalam katalog dirancang dengan struktur yang sama yaitu destinasi wisata, durasi, periode operasi, deskripsi program, dan layanan yang menarik dan dilengkapi dengan satu atau dua foto.

6. Pemandu Wisata

Ini dimaksudkan untuk menyajikan berbagai rute, berbeda dengan destinasi holiday, ilustrasi dan sketsa rute yang digunakan oleh pemandu wisata yang bersertifikasi dan di akui secara internasional, termasuk umpan balik kualitas serta harga layanan wisata yang diberika oleh pemandu da berbagai penyedia jasa wisata lainnya.

7. Pamflet

Pamflet di rancang sebagai bentuk komunikasi tentang sebuah acara, pengorganisasian perjalanan, pembukaan perusahaan perjalanan dan destinasi wisata yang berkaraker rilis publisitas, atau sebagai pengingat bagi wisatawan.

8. Peta Wisata

Peta wisata dapat mengiklankan destinasi wisata yang berbeda serta produk dan layanan yang menarik.

9. *Signpost*

Peran utama tour opertor dan penyedia yaitu menyediakan roadmap yang dapat mengarahkan wisatawan potensial dan membuatnya melakukan pembelian paket liburan.

10. *Travel Dialog*

Merupakan model promosi wisata yang didesain dengan diskusi ringan diberbagai tempat yang sifatnya non-formal.

5. Konsep Pariwisata

Menurut Yoeti (2006:12) pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara ke suatu tujuan di laur tempat tinggal maupun tempat kerjanya yang biasa, serta aktivitas yang dilakukan selama tinggal di tempat tujuan tersebut, dan kemudahan-kemudahan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Nyoman dalam Skripsi Firdaus (2015:6) Pariwisata adalah pergi secara lengkap meninggalkan rumah (kampung) berkeliling terus menerus. Menurut Yoeti dalam Skripsi Firdaus (2015:6) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat

ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Soekadijo (dalam journal Abd Muis Vol. 4, Nomor 2, 2016) Pariwisata adalah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran cagar budaya, pembuatan pusat rekreasi, penyelenggaraan pekan pariwisata, penyediaan angkutan dan sebagainya semua itu dapat disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan-kegiatan itu semua dapat diharapkan para wisatawan akan datang

Sedangkan pengertian pariwisata berdasarkan Pasal 1 angka 3 UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha usaha yang terkait di bidang tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, maka tidak hanya mengacu pada orang yang melakukan kegiatan wisata melainkan juga meliputi objek dan daya tarik wisata dan usaha-usaha di bidang tersebut.

6. Konsep Pasar Wisata Pasar Bawah

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang fiat. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan

pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan. Beberapa contoh termasuk pasar petani lokal yang diadakan di alun-alun kota atau tempat parkir, pusat perbelanjaan dan pusat perbelanjaan, mata uang internasional dan pasar komoditas.

Menurut Wikipedia (2007) Pasar bawah terletak di utara Pekanbaru, merupakan pusat perbelanjaan barang-barang antik, aksesoris rumah tangga dari dalam dan luar negeri, seperti keramik, karpet, lampu-lampu antik dan elektronik. Pasar ini juga menyediakan barang-barang bekas. Pasar Bawah dianugrahi sebagai pasar tradisional terbersih untuk kategori kota besar pada tahun.

Pasar Wisata Pasar Bawah merupakan salah satu tempat yang wajib disinggahi karena telah menjadi tempat belanja favorit masyarakat, Pasar Bawah akhirnya diresmikan oleh pemerintah sebagai Pasar Wisata. Dengan diresmikan sebagai pasar wisata pekanbaru banyak wisatawan dari luar daerah yang berwisata ke pekanbaru untuk mengunjungi pasar wisata belanja tersebut.

7. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 13 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah

Salah satu tugas Pemerintah Kota Pekanbaru untuk meningkatkan pemasukan keuangan daerah yaitu dengan meningkatkan tempat-tempat wisata yang ada di Kota Pekanbaru termasuk pasar wisata, adapun salah satu usaha Pemerintah untuk meningkatkan dan mengembangkan tempat-tempat wisata yaitu

dengan cara “promosi”, hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2000 yaitu tentang promosi pariwisata daerah.

Sesuai dengan Bab I Pasal 1 bahwa promosi pariwisata daerah adalah upaya dan kegiatan secara sistematis yang dilaksanakan oleh Daerah guna merangsang masyarakat agar menggunakan waktu luangnya untuk melakukan wisata di dan ke Daerahnya.

Di dalam pelaksanaan promosi ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru yaitu sesuai dengan pasal 3 yang terdapat di dalamnya : pemasangan iklan, pengadaan sarana pendukung penjualan, dan hubungan masyarakat.

Pelaksanaan promosi yang dilakukan dapat berupa iklan yaitu sesuai dengan pasal 5 yang berbunyi sebagai berikut:

1. Pemasangan iklan dalam media cetak berupa pemasangan iklan dalam surat kabar, majalah dan penerbitan-penerbitan lainnya.
2. Pemasangan iklan dalam media elektronik berupa pemasangan iklan, visi radio dan media elektronik lainnya.
3. Pemasangan iklan dalam ruang terbuka berupa pemasangan iklan di tempat umum, berbentuk papan reklame, lampu, poster dan lain-lain.

Dan untuk pelaksanaan iklan tentunya membutuhkan sarana pendukung penjualan meliputi:

- a. Bahan promosi dan informasi cetakan berupa folder (leaflet), booklet, majalah, poster, sticker dan lain-lain;
- b. Bahan promosi dan informasi rekaman suara bergambar yang berupa filem dan video kaset, rekaman, penyajian dengan slide dan lain-lain;
- c. Bahan promosi dan informasi berupa peragaan berupa papan pengumuman dan lain-lain;
- d. Bahan promosi dan informasi lainnya.

Dan yang terakhir di dalam pelaksanaan promosi kegiatan ke tiga yaitu hubungan masyarakat sesuai dengan pasal 7 yaitu meliputi:

- a. Penyelenggaraan widyawisata pengenalan bagi tour operator, penulis wisata, press, produser filem, televisi, organisasi pariwisata dan industri lainnya;
- b. Keikutsertaan dalam kegiatan pariwisata dalam dan diluar negeri;
- c. Pembinaan hubungan dengan industri pariwisata, organisasi kepariwisataan serta masyarakat dan lain-lain;
- d. Penyelenggaraan pelayanan informasi kepariwisataan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Dalam penelitian ini penulis memaparkan penelitian terdahulu sesuai dengan penelitian yang penulis lakukan, untuk selengkapnya berikut tabel penelitian terdahulu:

Tabel II.1: Penelitian Terdahulu Terkait Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah.

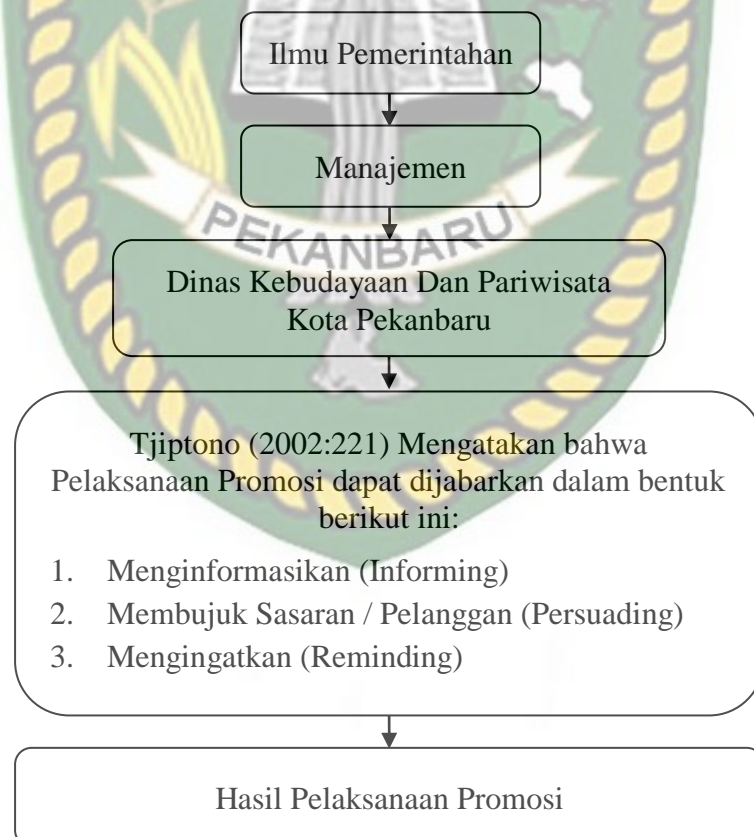
Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	3	4	5
Rizki Andini Herat, 2015	Peran Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Murotai Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Murotai	Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah focus penelitian yang ada pada Peran Dinas Bidang Promosi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Sementara Perbedaan yang dapat di lihat dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada tahun penelitian, dan juga objek penelitian yang digunakan
Dewi Fitria Anggraeni, 2018	Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Temanggung Dalam Pengembangan Objek Wisata	Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah focus penelitian yang ada pada Peran Dinas Bidang Promosi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Sementara Perbedaan yang dapat di lihat dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada lokasi, tahun penelitian, dan juga objek penelitian yang digunakan
Bima, 2017	Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai Bandengan Di Kabupaten Jepara	Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah focus penelitian yang ada pada Peran Dinas Bidang Promosi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Sementara Perbedaan yang dapat di lihat dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada lokasi, tahun penelitian, dan juga objek penelitian yang digunakan
Prabawanti Suksemi, 2017	Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Gunungkidul Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Menurut Perda Nomor 20 Tahun 2011	Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah focus penelitian yang ada pada Peran Dinas Bidang Promosi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Sementara Perbedaan yang dapat di lihat dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada lokasi, tahun penelitian, dan juga objek penelitian yang digunakan

Zahrotul Khasanah, 2015	Peran Dinas Pariwisata Kulon Progo Dalam Pengembangan Potensi Wisata Goa Kiskendo	Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah focus penelitian yang ada pada Peran Dinas Bidang Promosi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Sementara Perbedaan yang dapat di lihat dari penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada lokasi, tahun penelitian, dan juga objek penelitian yang digunakan
-------------------------	---	--	---

Sumber: *Olahan Data Penulis Tahun 2021.*

C. Kerangka Pikir

Gambar II.1 : Kerangka Pikir Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belnja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.



Sumber : *Olahan Penulis Tahun 2021*

D. Konsep Operasional

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan gambaran dalam bentuk nyata dari konsep teori agar mudah dipahami dan dapat diukur sesuai dengan realita. Untuk menjelaskan variabel dalam penelitian ini, maka perlu peneliti menyusun konsep operasional sebagai berikut :

1. Konsep Ilmu Pemerintahan adalah ilmu yang mempelajari bagaimana melaksanakan pengurusan (eksekutif), pengatur (legislatif), kepemimpinan dan organisasi pemerintahan (baik pusat dengan daerah, maupun rakyat dengan pemerintahannya) dalam berbagai peristiwa dan gejala pemerintahan secara baik dan benar.
2. Konsep organisasi adalah sebagai suatu alat saling hubungan satuan-satuan kerja yang memberikan mereka kepada orang-orang yang di tempatkan dalam struktur kewenangan, jadi dengan demikian pekerjaan dapat dikoordinasikan oleh perintah dari para atasan kepada para bawahan yang menjangkau dari puncak sampai ke dasar dari seluruh badan usaha.
3. Pengertian Peranan adalah sebagai berikut: Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya maka ia menjalankan suatu peranan.
4. Promosi adalah fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasive kepada target pelanggan-calon pelanggan (audience) untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan audience.

5. Pasar bawah terletak di utara Pekanbaru, merupakan pusat perbelanjaan barang-barang antik, aksesories rumah tangga dari dalam dan luar negeri, seperti keramik, karpet, lampu-lampu antik dan elektronik. Pasar ini juga menyediakan barang-barang bekas. Pasar Bawah dianugrahi sebagai pasar tradisional terbersih untuk kategori kota besar pada tahun.
6. Indikator dari Promosi:
 - a. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru,
 - Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk,
 - Menyampaikan perubahan harga kepada pasar,
 - Menjelaskan cara kerja suatu produk,
 - Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan,
 - Meluruskan kesan yang keliru,
 - Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli,
 - Membangun citra perusahaan.
 - b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
 - Membentuk pilihan merk,
 - Mengalihkan pilihan ke merk tertentu,
 - Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut pokok,
 - Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga,
 - Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (salesman).
 - c. Mengingat (reminding), dapat terdiri atas:
 - Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu.
 - Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
 - Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
 - Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan. Misalnya bila pembeli ingin membeli sabun mandi, diharapkan ingatan pertamanya adalah merk Lux.

E. Operasional Variabel

Tabel II.2 : Konsep Operasional Variabel Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belnja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

Konsep	Variabel	Indikator	Item Penilaian
1	2	3	4
Soekanto (2002; 243) Peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya maka ia dapat dikatakan telah menjalankan suatu peranan dalam hal tersebut.	Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.	1. Menginformasikan (<i>informing</i>)	a. Melakukan promosi dengan cara menginformasikan produk-produk yang tersedia di Pasar Bawah Pekanbaru. b. Memberikan informasi lengkap terkait ketersediaan produk dan jasa yang tersedia. c. Memberikan informasi mengenai fasilitas yang tersedia di area Pasar Wisata.
		2. Membujuk pelanggan sasaran (<i>persuading</i>)	a. Melakukan modernisasi bangunan agar pengunjung tertarik untuk berkunjung. b. Menyediakan merk-merk tertentu yang memang sedang dicari oleh pengunjung. c. Bangunan di desain dengan arsitektur yang menarik untuk menarik minat pengunjung. d. Menawarkan event-event menarik khususnya bagi kaum muda-mudi agar mau berkunjung ke pasar wisata.
		3. Mengingatkan (<i>reminding</i>),	a. Selalu melakukan sosialisasi secara berkala atau berkelanjutan. b. Menciptakan produk khusus yang mana apabila pengunjung ingin member produk tersebut, maka ingatannya akan tertuju ke pasar wisata pasar bawah.

Sumber: Olahan Data Penulis Tahun 2021

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan tipe survey deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur prosedur, mengumpulkan data spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif, Creswell (2016:4). Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya atau yang sebenarnya tentang Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Kota Pekanbaru, Khususnya di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru untuk melakukan observasi di dalam penelitian ini, cakupan penelitian penulis adalah Pasar Wisata Pasar Bawah, Alasan penulis memilih lokasi penelitian berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan terkait dengan berkurangnya peminat pengunjung ke pasar wisata hal ini dikarenakan kurangnya sarana dan prasarana yang disediakan oleh Dinas, baik itu dari segi kenyamanan, kebersihan, maupun tempat parkir mobil terutama yang tidak tersedia. Dalam hal ini yang menjadi tanggung jawab untuk

melakukan promosi maupun penyediaan sarana dan prasarananya adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

C. Informan Penelitian

Penelitian Kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari hasil penelitiannya, subjek penelitian menjadi informan yang akan berbagi informasi yang diperlukan informan penelitian ini menjadi 2 macam yaitu key informan dan informan, *key informan* adalah mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan peneliti serta merupakan seseorang yang memang ahli di bidang yang akan diteliti. (Hendarso & Suryanto, 2005, 171-172). Dan dalam penelitian ini, yang ditetapkan menjadi *key informan* adalah “Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru”, alasan yang mendasari penulis menetapkan *key informan* tersebut adalah dikarenakan instansi yang mengatur tentang promosi destinasi wisata termasuk pasar wisata adalah bagian seksi promosi.

Selain hal tersebut, penunjukan informan dengan prosedur purposif yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi *key informan* dan informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu, (Bungin 2007: 107). Informan Penelitian adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi yang diperlukan dalam penelitian, atau mereka yang terlibat langsung di dalam interaksi sosial yang sedang diteliti yaitu dan yang menjadi informannya adalah pengelola pasar bawah dan beberapa pengunjung Pasar Wisata.. Dan untuk melihat informan yang ditetapkan pada proses pelaksanaan pengumpulan data penelitian ini, maka penulis akan menyajikannya pada tabel dibawah ini:

Tabel III.1 : Jumlah Key Informan Penelitian Tentang Peran Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

No	Informan Penelitian	Jumlah Informan
1	2	3
1	Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru	1 Orang
2	Manajemen PT. Dalena Pertama Indah selaku pengelola pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru.	1 Orang
3	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah.	15 Orang
Total Jumlah		17

Sumber : Olahan Penulis Tahun 2021

D. Teknik Penarikan Key Informan dan Informan

Untuk penarikan sampel dalam menentukan key informan pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampling, menurut Arikunto (2006:134) menjelaskan “sampling jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus”, dimana key informan dalam penelitian ini adalah Seksi Promosi Dina Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.

Sementara itu, untuk penarikan informan pengelola pasar bawah menggunakan “*purposive sampling*” dan untuk informan pengunjung maka menggunakan teknik penarikan sampel yaitu dengan cara “*Snowball Sampling*” dimana menurut Sugiyono, (2016:85). *Snowball Sampling* adalah tehnik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel begitu seterusnya sehingga

jumlah sampel semakin banyak. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Snowball Sampling* untuk mencari informasi yang lebih akurat.

E. Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini melalui beberapa sumber yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang diambil langsung melalui observasi secara langsung berupa wawancara terhadap informan sebagai sumber data penelitian. Pengambilan data menggunakan mata untuk mengamati sesuatu tanpa pertolongan alat bantu lainnya. Dalam data primer ini Informan penelitian yaitu Seksi Promosi, Pengelola Pasar Bawah, dan Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperlukan untuk menggambarkan situasi tempat penelitian dan yang mendukung hasil penelitian ini. Dan diperoleh dari dokumen-dokumen dan bahan-bahan tertulis yang terdapat pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. Adapun data yang diperlukan berkaitan dengan penelitian seperti :

- a. Sejarah singkat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru
- b. Keadaan geografis lokasi penelitian.
- c. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru
- d. Salinan Data terkait dengan profil informan penelitian yang akan penulis lakukan.
- e. Dan Data-data lain yang mendukung kesempurnaan penyelesaian penelitian yang sedang di laksanakan penulis.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Creswell (2016: 254) Observasi adalah ketika penelitian langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, penelitian merekam/mencatat-baik dengan cara terstruktur maupun semi struktur (misalnya, dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang memang ingin diketahui oleh peneliti. Aktivitas-aktivitas di lokasi penelitian. Para peneliti kualitatif juga dapat terlibat dalam peran-peran yang beragam, mulai dari sebagai non-partisipan hingga utuh. Pada umumnya observasi ini bersifat open-ended di mana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum kepada partisipan yang memungkinkan partisipan bebas memberikan pandangan mereka.

b. Wawancara (*interview*)

Menurut Creswell (2016: 254) Peneliti dapat melakukan *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon, atau terlibat dalam *focus group interview* (wawancara dalam kelompok tertentu) yang terdiri dari enam sampai delapan partisipan per kelompok. Wawancara-wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opinin dari para partisipan. Dan langkah-langkah yang dapat di gunakan dalam melakukan wawancara adalah:

- 1) Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan, tentukan informan penelitian berdasarkan kebutuhan penelitian.
- 2) Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan wawancara dengan informan.
- 3) Mengawali atau membuka alur wawancara yang akan dilakukan dengan informan.
- 4) Melangsungkan alur wawancara dengan informan penelitian yang telah ditetapkan.
- 5) Mengkonfirmasi hasil wawancara dengan informan penelitian dan mengakhirinya dengan sopan dan santun.
- 6) Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan
- 7) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh.

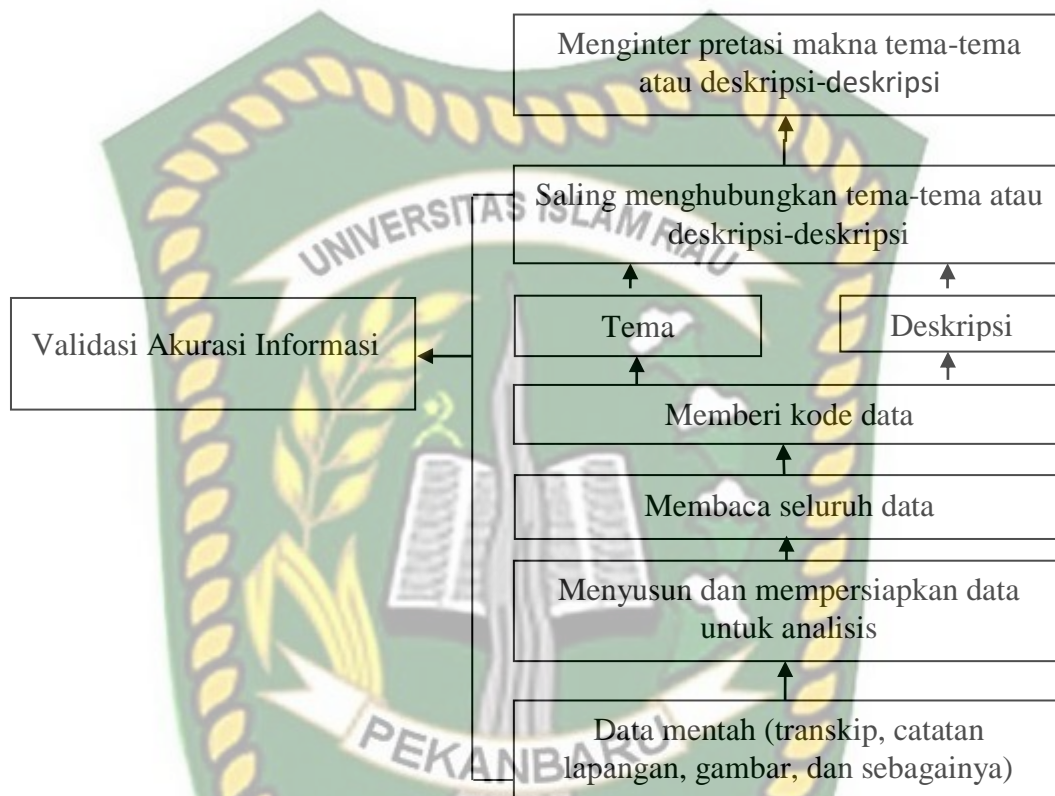
c. Dokumentasi

Dokumentasi ini, peneliti bisa mengumpulkan dokumen-dokumen berupa Koran, makalah, laporan kantor ataupun dokumen privat (misalnya, buku harian, diari, surat, e-mail)

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data yang bersifat interaktif, berdasarkan pembahasan yang terdapat dalam bukunya Creswell, (2016:263), dijelaskan bahwa pelaksanaan analisis data dapat dilakukan dengan langkah-langkah analisis data kualitatif, dan untuk melihat penjelasan lengkapnya penulis akan menyajikannya pada diagram sebagai berikut:

Gambar III.1 Teknik Analisa Data Menurut Craswell Dalam Meneliti Judul Tentang Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.



Gambar 3.1 Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif Creswell

Gambar III.1 di atas mengilustrasikan pendekatan linear yang dibangun dari bawah ke atas, tetapi dalam prakteknya, Creswell melihat pendekatan ini lebih interaktif, beragam tahap saling berhubungan dan tidak harus selalu sesuai dengan susunan yang disajikan. Gambar III.1 di atas disajikan lebih detail oleh Creswell dalam langkah-langkah analisis data kualitatif sebagai berikut:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

2. Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atau informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan. Gagasan umum apa yang terkandung dalam perkataan partisipan? Bagaimana nada gagasan-gagasan tersebut? Bagaimana kesan dari kedalaman, kredibilitas, dan penuturan informasi itu?
3. Menganalisis lebih detail dengan meng-*coding* data. *Coding* merupakan proses mengolah materi/informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya. Langkah melibatkan beberapa tahap: mengambil data tulisan atau gambar yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan, mensegmentasikan kalimat-kalimat atau gambar-gambar tersebut ke dalam kategori-kategori, kemudian melabeli kategori-kategori ini dengan istilah-istilah khusus, yang sering kali didasarkan pada istilah/ bahasa yang benar-benar berasal dari partisipan.
4. Tahapan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting*, orang-orang, kategori-kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai orang-orang, lokasi-lokasi, atau peristiwa-peristiwa dalam situasi tertentu.
5. Menghubungkan tema-tema atau deskripsi-deskripsi dalam suatu rangkaian cerita, dalam menunjukkan bagaimana deskripsi dan tema-tema tersebut akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif.

6. Menginterpretasi atau memaknai data. Interpretasi bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literature atau teori.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru

1. Sejarah Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama "Senapelan" yang pada saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ketempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak di tepi muara sungai Siak. Nama Payung Sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun istananya di Kampung Bukit berdekatan dengan perkampungan Senapelan. Diperkirakan istana tersebut terletak disekitar Masjid Raya sekarang. Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat Pekan di Senapelan tetap itidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali di tempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang. Selanjutnya pada hari Selasa tanggal 21 Rajah 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datardan Kampar), negeri Senapelan diganti namanya menjadi "Pekan Baharu" selanjutnya diperingati sebagai hari lahir Kota Pekanbaru. Mulai saat itu sebutan Senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan "PEKAN BAHARU", yang dalam bahasa sehari-hari disebut PEKANBARU.

Perkembangan selanjutnya tentang pemerintahan di Kota Pekanbaru selalu mengalami perubahan, antara lain sebagai berikut:

1. SK Kerajaan Besluit van Her InlancheZelf Bestuur van Siak No.1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari Kerajaan Siak yang disebut District.
2. Tahun 1931 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dikepalai oleh seorang Controleur berkedudukan di Pekanbaru.
3. Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dikepalai oleh seorang Gubernur Militer disebut Gokung, Distrik menjadi Gun dikepalai oleh Gunco.
4. Ketetapan Gubernur Sumatera di Medan tanggal 17 Mei 1946 No.103 Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte atau Kota b.
5. UU No.22 tahun 1948 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil.
6. UU No.8 tahun 1956 menyempurnakan status Kota Pekanbaru sebagai kota kecil.
7. UU No.1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja.
8. Kepmendagri No. Desember 52/I/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi ibukota Propinsi Riau.
9. UU No.18 tahun 1965 resmi pemakaian sebutan Kotamadya.
10. UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota.

2. Keadaan Geografis Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru merupakan salah satu daerah yang ada di Provinsi Riau yang menyandang predikat sebagai Ibukota Provinsi Riau. Sehingga dengan demikian Kota Pekanbaru adalah salah satu kegiatan perekonomian dan administrasi Provinsi Riau.

Pekanbaru merupakan ibu kota Provinsi Riau dengan luas sekitar 632.26 km² dan secara astronomis terletak di antara 0° 25' - 0° 45' Lintang Utara dan

101° 14' – 101° 34' Bujur Timur. Dengan batas-batas wilayah Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut :

- Di bagian utara Pekanbaru berbatasan dengan Kabupaten Siak,
- Di bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan
- Di bagian selatan berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan dan Kabupaten Kampar,
- Sedangkan di bagian barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari ± 62,96 Km² menjadi ± 446,50 Km², terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah kota Pekanbaru adalah 632,26 km². Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkat.

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama “Senapelan” yang saat itu dipimpin oleh seorang Kepala Suku disebut Batin. Daerah ini terus berkembang menjadi kawasan pemukiman baru dan seiring waktu berubah menjadi Dusun Payung Sekaki yang terletak di muara Sungai Siak

Pada tanggal 9 April tahun 1689, telah diperbaharui sebuah perjanjian antara Kerajaan Johor dengan Belanda (VOC) dimana dalam perjanjian tersebut Belanda diberi hak yang lebih luas. Diantaranya pembebasan cukai dan monopoli terhadap beberapa jenis barang dagangan. Selain itu Belanda juga mendirikan Loji di Petapahan yang saat itu merupakan kawasan yang maju dan cukup penting. Karena kapal Belanda tidak dapat masuk ke Petapahan, maka Senapelan menjadi

tempat perhentian kapal-kapal Belanda, selanjutnya pelayaran ke Petapahan dilanjutkan dengan perahu-perahu kecil. Dengan kondisi ini, Payung Sekaki atau Senapelan menjadi tempat penumpukan berbagai komoditi perdagangan baik dari luar untuk diangkut ke pedalaman, maupun dari pedalaman untuk dibawa keluar berupa bahan tambang seperti timah, emas, barang kerajinan kayu dan hasil hutan lainnya.

Terus berkembang, Payung Sekaki atau Senapelan memegang peranan penting dalam lalu lintas perdagangan. Letak Senapelan yang strategis dan kondisi Sungai Siak yang tenang dan dalam membuat perkampungan ini memegang posisi silang baik dari pedalaman Tapung maupun pedalaman Minangkabau dan Kampar. Hal ini juga merangsang berkembangnya sarana jalan darat melalui rute Teratak Buluh (Sungai Kelulut), Tangkerang hingga ke Senapelan sebagai daerah yang strategis dan menjadi pintu gerbang perdagangan yang cukup penting bagi para pengusaha pada jaman itu.

Perkembangan Senapelan sangat erat dengan Kerajaan Siak Sri Indra Pura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, beliau membangun Istana di Kampung Bukit dan diperkirakan Istana tersebut terletak disekitar lokasi Masjid Raya sekarang. Sultan kemudian berinisiatif membuat pekan atau pasar di Senapelan namun tidak berkembang. Kemudian usaha yang dirintis tersebut dilanjutkan oleh putranya Raja Muda Muhammad Ali yang bergelar Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah meskipun lokasi pasar bergeser di sekitar Pelabuhan Pekanbaru sekarang.

Akhirnya menurut catatan yang dibuat oleh Imam Suhil Siak, Senapelan yang kemudian lebih populer disebut Pekanbaru resmi didirikan pada tanggal 21

Rajab hari Selasa tahun 1204 H bersamaan dengan 23 Juni 1784 M oleh Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah dibawah pemerintahan Sultan Yahya yang kemudian ditetapkan sebagai hari jadi Kota Pekanbaru.

Sejak ditinggal oleh Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah, penguasaan Senapelan diserahkan kepada Datuk Bandar yang dibantu oleh empat Datuk besar yaitu Datuk Lima Puluh, Datuk Tanah Datar, Datuk Pesisir dan Datuk Kampar. Mereka tidak memiliki wilayah sendiri tetapi mendampingi Datuk Bandar. Keempat Datuk tersebut bertanggungjawab kepada Sultan Siak dan jalannya pemerintahan berada sepenuhnya ditangan Datuk Bandar.

Selanjutnya perkembangan tentang pemerintahan di Kota Pekanbaru selalu mengalami perubahan :

- 1) SK Kerajaan Bershuit van Inlandsch Zelfbestuur van Siak No. 1 tanggal 19 Oktober 1919, Pekanbaru bagian dari Kerajaan Siak yang disebut District.
- 2) Tahun 1932 Pekanbaru masuk wilayah Kampar Kiri dipimpin oleh seorang Controleur berkedudukan di Pekanbaru.
- 3) Tanggal 8 Maret 1942 Pekanbaru dipimpin oleh seorang Gubernur Militer Go Kung, Distrik menjadi GUM yang dikepalai oleh GUNCO.
- 4) Ketetapan Gubernur Sumatera di Medan tanggal 17 Mei 1946 No. 103, Pekanbaru dijadikan daerah otonom yang disebut Haminte.
- 5) UU No.22 tahun 1948 Kabupaten Pekanbaru diganti dengan Kabupaten Kampar, Kota Pekanbaru diberi status Kota Kecil.
- 6) UU No.8 tahun 1956 menyempurnakan status Kota Pekanbaru sebagai Kota Kecil.
- 7) UU No.1 tahun 1957 status Pekanbaru menjadi Kota Praja.
- 8) Kepmendagri No. 52/1/44-25 tanggal 20 Januari 1959 Pekanbaru menjadi Ibukota Propinsi Riau.

- 9) UU No.18 tahun 1965 resmi pemakaian sebutan Kotamadya Pekanbaru.
- 10) UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah sebutan Kotamadya berubah menjadi Kota Pekanbaru.

Sebelum tahun 1960, Pekanbaru hanyalah kota dengan luas 16 km² yang kemudian bertambah menjadi 62.96 km² dengan 2 kecamatan yaitu Kecamatan Senapelan dan Kecamatan Limapuluh. Selanjutnya pada tahun 1965 bertambah menjadi 6 kecamatan dan tahun 1987 menjadi 8 kecamatan dengan luas wilayah 446.50 km².

Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya.

Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuklah Kecamatan Baru dengan Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2003 menjadi 12 Kecamatan dan Kelurahan/Desa baru dengan Perda tahun 2003 menjadi 58 Kelurahan/Desa

Kota Pekanbaru dibelah oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur. Memiliki beberapa anak sungai antara lain : Sungai Umban Sari, Air Hitam, Siban, Setukul, Pengambang, Ukui, Sago, Senapelan, Limau, Tampan dan Sungai Sail. Sungai Siak juga merupakan jalur perhubungan lalu lintas perekonomian rakyat pedalaman ke kota serta dari daerah lainnya.

Keadaan iklim Kota Pekanbaru pada umumnya beriklim tropis dengan suhu udara maksimum berkisar antara 34,1 derajat celcius sampai dengan 35,6 derajat celcius dan suhu minimum antara 20,2 derajat celcius sampai dengan 23,0

derajatcelcius. Curah hujan antara 38,6 sampai dengan 435,0 mm/tahun dengan keadaan musim berkisar di musim hujan jatuh pada bulan Januari s/d April dan September s/d Desember sementara itu untuk musim kemarau jatuh pada bulan Mei s/d Agustus.

3. Keadaan Penduduk Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru merupakan kota berkembang sehingga menjadi salah satu kota tujuan bagi kaum pendatang untuk mengadu nasib di kota Pekanbaru. Seiring semakin banyaknya warga pendatang untuk menetap di kota Pekanbaru, pemerintah kota pekanbaru harus serius menghadapi dan menangani masalah kependudukan dimulai dari pendataan warga, penataan rumah penduduk, penyediaan lahan pekerjaan, serta penyediaan sarana dan prasarana baik disektor kesehatan, sektor pendidikan, tempat ibadah, fasilitas umum dan lainnya. Sehingga kesejahteraan penduduk kota Pekanbaru tetap terjamin dan sejahtera terkait fasilitas umum yang di sediakan oleh pemerintah Kota Pekanbaru.

Sebagian besar penduduk yang mendiami wilayah kota Pekanbaru adalah suku Melayu. Namun demikian juga terdapat suku lainnya yang merupakan penduduk pendatang ke daerah ini seperti suku jawa, batak, minang dan sebagainya. Mata pencarian penduduk terutama ialah pegawai pemerintah maupun pegawai swasta dan pedagang.

Berikut ini merupakan jumlah distribusi data mengenai data penduduk menurut jenis kelamin di dua belas kecamatan yaitu Kecamatan Tampan, Payung Sekaki, Kecamatan Bukit Raya, Kecamatan Marpoyan Damai, Kecamatan Tenayan Raya, Kecamatan Sail, Kecamatan Sukajadi, Kecamatan Rumbai, Kecamatan Lima Puluh, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kecamatan Senapelan Dan

Kecamatan Rumbai Pesisir di kota Pekanbaru, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.1 berikut ini :

Tabel IV.1 : Distribusi Jumlah Data Penduduk Menurut Jenis Kelamin Di Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Kecamatan	Penduduk (Jiwa)		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Tampan	89.344	86.290	175.634
2.	Payung Sekaki	36.546	38.707	74.253
3.	Bukit Raya	50.131	45.731	94.042
4.	Marpoyan Damai	69.399	61.149	120.598
5.	Tenayan Raya	56.559	55.470	112.029
6.	Sail	11.271	11.517	22.793
7.	Sukajadi	22.490	24.095	47.584
8.	Rumbai	35.582	32.144	66.943
9.	Lima Puluh	20.284	20.889	41.623
10.	Pekanbaru Kota	14.438	14.454	28.892
11.	Senapelan	17.694	22.852	36.014
12.	Rumbai Pesisir	34.321	32.722	67.033
Jumlah		458.059	446.020	887.438

Sumber: Badan Statistik Kota Pekanbaru 2021

Berikut ini merupakan jumlah distribusi data mengenai data penduduk menurut usia laki-laki dan perempuan yang ada di Kota Pekanbaru yang memiliki jumlah kecamatan sebanyak 12 kecamatan yaitu Kecamatan Tampan, Payung Sekaki, Kecamatan Bukit Raya, Kecamatan Marpoyan Damai, Kecamatan Tenayan Raya, Kecamatan Sail, Kecamatan Sukajadi, Kecamatan Rumbai, Kecamatan Lima Puluh, Kecamatan Pekanbaru Kota, Kecamatan Senapelan Dan Kecamatan Rumbai Pesisir di kota Pekanbaru, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel IV.2 : Distribusi Jumlah Data Penduduk Menurut Usia di Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Kecamatan	0-6	7-12	13-15	16-17	18	19-24	>24
1.	Tampan	30.077	18.880	9.110	6.715	4.472	30.321	76.022
2.	Payung Sekaki	21.897	6.646	7.076	16.915	8.707	8.556	19.157
3.	Bukit Raya	18.226	9.089	4.504	3.110	2.022	16.425	46.355
4.	Marpoyan Damai	26.422	10.187	9.547	25.262	11.891	7.436	36.099
5.	Tenayan Raya	22.196	13.208	18.316	2.556	904	13.990	71.300
6.	Sail	7.137	4.945	2.518	1.355	1.156	8.667	20.006
7.	Sukajadi	4.675	7.500	3.704	2.932	1.652	3.580	29.320
8.	Rumbai	11.869	8.831	3.220	2.587	1.188	7.523	31.285
9.	Lima Puluh	5.281	4.742	2.219	1.459	739	5.138	22.232
10.	Pekanbaru Kota	2.570	1.907	1.663	894	481	2.589	19.116
11.	Senapelan	4.424	3.731	1.835	1.329	688	5.172	18.835
12.	Rumbai Pesisir	9.355	7.257	3.489	2.900	1.611	8.558	30.523
Jumlah		190.551	99.923	67.201	68.014	35.511	117.952	420.250

Sumber: Badan Statistik Kota Pekanbaru 2021

Sebagin besar penduduk yang mendiami wilayah kota Pekanbaru adalah suku Melayu. Namun demikian juga terdapat suku lainnya yang merupakan penduduk pendatang kedaerah ini seperti suku jawa, batak, minang dan sebagainya. Mata pencaharian penduduk terutama ialah pegawai pemerintah maupun pegawai swasta dan pedagang.

4. Pemerintah Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru dipimpin oleh seorang walikota yang diangkat oleh Gubernur. Penyelenggaraan roda pemerintahan kota Pekanbaru dipusatkan pada

kantor Gubernur kota Pekanbaru, susunan organisasi pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat di kota Pekanbaru terdiri dari unsur walikota, wakil walikota, sekretaris walikota dan masing-masing kepala seksi yaitu seksi pemerintahan, seksi ketentraman dan ketertiban, seksi pembangunan dan kelompok jabatan fungsional.

Kota Pekanbaru memiliki dua belas kecamatan yaitu Kecamatan Tampan yang terdiri dari empat kelurahan yaitu Kelurahan Simpang Baru, Kelurahan Sidomulyo Barat, Kelurahan Tuah Karya Dan Kelurahan Delima. Kecamatan Payung Sekaki yang terdiri dari empat kelurahan yaitu kelurahan Labuh Baru Timur, kelurahan tampan, kelurahan air hitam, kelurahan labuh baru barat. Kecamatan Bukit Raya yang terdiri dari empat kelurahan yaitu kelurahan simpangtiga, kelurahan tangkerang selatan, kelurahan tangkerang utara dan kelurahan tangkerang labuai. Kecamatan marpoyan damai yang terdiri dari lima kelurahan yaitu kelurahan tangkerang tengah, kelurahan tangkerang barat, kelurahan maharatu, kelurahan sidomulyo timur dan keluarahn wonorejo. Kecamatan Tenayan Raya yang terdiri dari empat kelurahan yaitu kelurahan Kulim, kelurahan Tangkerang Timur, kelurahan Rejosari dan kelurahan Sail. Kecamatan Sail yang memiliki tiga kelurahan yaitu kelurahan Cita raya, kelurahan Suka maju dan kelurahan Suka Mulia. Kecamatan Sukajadi terdiri dari tujuh kelurahan yaitu kelurahan Kampung tengah, kelurahan Kampung Melayu, kelurahan Kendungsari, Kelurahan Harjosari, kelurahan Sukajadi dan kelurahan pulau karam. Kecamatan Rumbai yang terdiri dari lima kelurahan yaitu kelurahan Lembun sari, kelurahan muarafajar, kelurahan rumbai bukit, kelurahan palas dan kelurahan sri meranti. Kecamatan Lima Puluh yang terdiri dari empat kelurahan

yaitu kelurahan Rintis, Kelurahan Sekip, kelurahan Tanjung Rhu dan kelurahan pesisir.

Kecamatan Pekanbaru Kota yang terdiri dari enam kelurahan yaitu kelurahan Simpang tiga, kelurahan Sumahilang, kelurahan Tanah datar, kelurahan Kota baru, kelurahan Suka Ramai dan Kelurahan Kota Tinggi. Kecamatan Rumbai pesisir yang terdiri dari enam kelurahan yaitu kelurahan meranti pendek, kelurahan limbungan, kelurahan lembah sari, kelurahan limbungan baru dan kelurahan tebing tinggi okura. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.3: Nama Kecamatan Beserta Nama Kelurahan Yang Ada Di Kota Pekanbaru

No	Nama Kecamatan	Nama Kelurahan	
1	2	3	
1.	Kecamatan Tampan	Simpang baru Sidomulyo barat	Tuah karya Delima
2.	Kecamatan Payung Sekaki	Labuh Baru Timur Tampan/	Air hitam Labuh baru barat
3.	Kecamatan Bukit Raya	Simpang tiga Tangkerang Selatan	Tangkerang Utara Tangkerang Labuai
4.	Kecamatan Marpoyan Damai	Tangkerang Tengah Tangkerang Barat	Maharatu Sidomulyo Timur Wonorejo
5.	Kecamatan Tenayan Raya	Kulim Tangkerang Timur	Rejosari Sail
6.	Kecamatan Sail	Cita Raja Suka Maju Suka Mulia	
7.	Kecamatan Lima Puluh	Rintis Sekip	Tanjung Rhu Pesisir
8.	Kecamatan Pekanbaru Kota	Simpang empat Sumahilang Tanah Datar	Kota Baru Suka Ramai Kota Tinggi

9.	Kecamatan Senapelan	Padang Bulan Padang Terubuk Sago	Kampung dalam Kampung Bandar Kampung Baru
10.	Kecamatan Sukajadi	Jatirejo Kampung tengah Kampung melayu	Kendungsari Harjosari Sukajadi Pulau koran
11.	Kecamatan Rumbai	Limbunsari Muara fajar	Rumbai bukit Palas Sri meranti
12.	Kecamatan Rumbai Pesisir	Meranti Pandek Limbungan Lembah sari	Lembah damai Limbungan baru Tebing tinggi okura

Sumber : Pekanbaru Dalam Angka, 2021

B. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru

Dasar pembentukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah peraturan daerah kotamadya daerah tingkat II Pekanbaru nomor 10 tahun 1994, tentang pembentukan, susunan organisasi dan tata kerja dinas kotamadya daerah tingkat II Pekanbaru, ditetapkan pada tanggal 16 november 1994, dengan nama dinas pariwisata kotamadya daerah tingkat II Pekanbaru; pada masa walikotamadya kepala daerah tingkat II Pekanbaru, H Oesman effendi apan, SH. Dinas pariwisata adalah unsur pelaksana pemerintahan di daerah. Dinas pariwisata dipimpin oleh seorang kepala dinas yang melaksanakan tugasnya berada dibawah tanggungjawab kepada walikota madya kepala daerah.

Tahun 2001 mengalami perubahan melalui peraturan daerah Kota Pekanbaru 4 tahun 2001, tentang pembentukan, susunan organisasi dan tata kerja dinas-dinas di lingkungan pemerintah Kota Pekanbaru dan berubah kembali dengan peraturan daerah Kota Pekanbaru 7 tahun 2001, tentang perubahan peraturan daerah Kota Pekanbaru 4 tahun 2001, pembentukan, susunan organisasi dan tata kerja dinas-dinas di lingkungan pemerintah Kota Pekanbaru, yang

ditetapkan pada tanggal 11 Mei 2001, oleh walikota Pekanbaru, H.Oesman Effendi Apan, SH.

Selanjutnya pada tahun 2008, susunan organisasi, kedudukan dan tugas pokok Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru mengalami perubahan berdasarkan peraturan daerah Kota Pekanbaru nomor 8 tahun 2008, tentang pembentukan susunan organisasi, kedudukan dan tugas pokok dinas-dinas di lingkungan pemerintah Kota Pekanbaru, yang ditetapkan pada tanggal 31 juli 2008, oleh walikota pekanbaru, Drs. H. Herman Abdullah, MM, dengan susunan organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah:

1. Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru
2. Sekretaris
 - a. Sub Bagian Kepegawaian, Umum dan Perlengkapan
 - b. Sub Bagian Keuangan
 - c. Sub Bagian Penyusunan Program
3. Bidang Pembinaan Seni dan Budaya:
 - a. Seksi Kesenian
 - b. Seksi Nilai-Nilai Budaya
 - c. Seksi Sejarah dan Kepurbakalaan
4. Bidang Pengembangan Pemasaran
 - a. Seksi Promosi
 - b. Seksi Bimbingan Masyarakat
 - c. Seksi Informasi dan Dokumentasi
5. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Industri Pariwisata
 - a. Seksi Jasa Pariwisata
 - b. Seksi Rekreasi dan Hiburan
 - c. Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata
6. Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD)
7. Kelompok Jabatan Fungsional

C. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru

Dinas Pariwisata mempunyai tugas membantu walikotamadya kepala daerah dalam melaksanakan urusan rumah tangga daerah dan tugas pembantuan di bidang pariwisata.

Fungsi Dinas Pariwisata Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru:

- a. Melaksanakan kebijakan operasional, pemberian bimbingan dan pembinaan pemberian perizinan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh walikotamadya kepala daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Membantu mengendalikan atas pelaksanaan tugas pokok sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan walikota madya kepala daerah menurut perundang-undangan yang berlaku.

Pada saat itu Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru daerah tingkat II Pekanbaru, memakai pola organisasi Dinas adalah Pola minimal. Dinas Pariwisata Pekanbaru memiliki organisasi Dinas Pariwisata terdiri dari:

1. Kepala Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru
2. Sub Bagian Tata Usaha
 - a. Administrasi Umum
 - b. Perlengkapan dan Rumah Tangga
 - c. Perencanaan Administrasi Keuangan
 - d. Kepegawaian
3. Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata:
 - a. Sub Seksi Wisata
 - b. Sub Seksi Atraksi Wisata
 - c. Sub Seksi Rekreasi dan Hiburan Umum
4. Seksi Sarana Pariwisata:

- a. Sub Seksi Akomodasi
- b. Sub Seksi Rumah dan Bar
- c. Sub Seksi Ketenagakerjaan
5. Seksi Pemasaran dan Penyuluhan
 - a. Sub Seksi Promosi
 - b. Sub Seksi Pelayanan Informasi
 - c. Sub Seksi Bimbingan Wisata
6. Unit Pelaksana Teknis Dinas
7. Kelompok Jabatan Fungsional

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru mempunyai tugas melaksanakan kewenangan otonomi daerah dibidang kebudayaan dan pariwisata. Sedangkan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis dibidang kebudayaan dan pariwisata
2. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum di bidang kebudayaan dan pariwisata
3. Pengelolaan Urusan Ketatausahaan Dinas.

Kedudukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru:

1. Dinas kebudayaan dan pariwisata merupakan unsure pelaksana otonomi daerah dibidang kebudayaan dan pariwisata
2. Dinas kebudayaan dan pariwisata dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada walikota melalui sekretaris daerah.
3. Kepala Dinas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diangkat dan diberhentikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Secretariat Dinas dipimpin oleh sekretaris yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

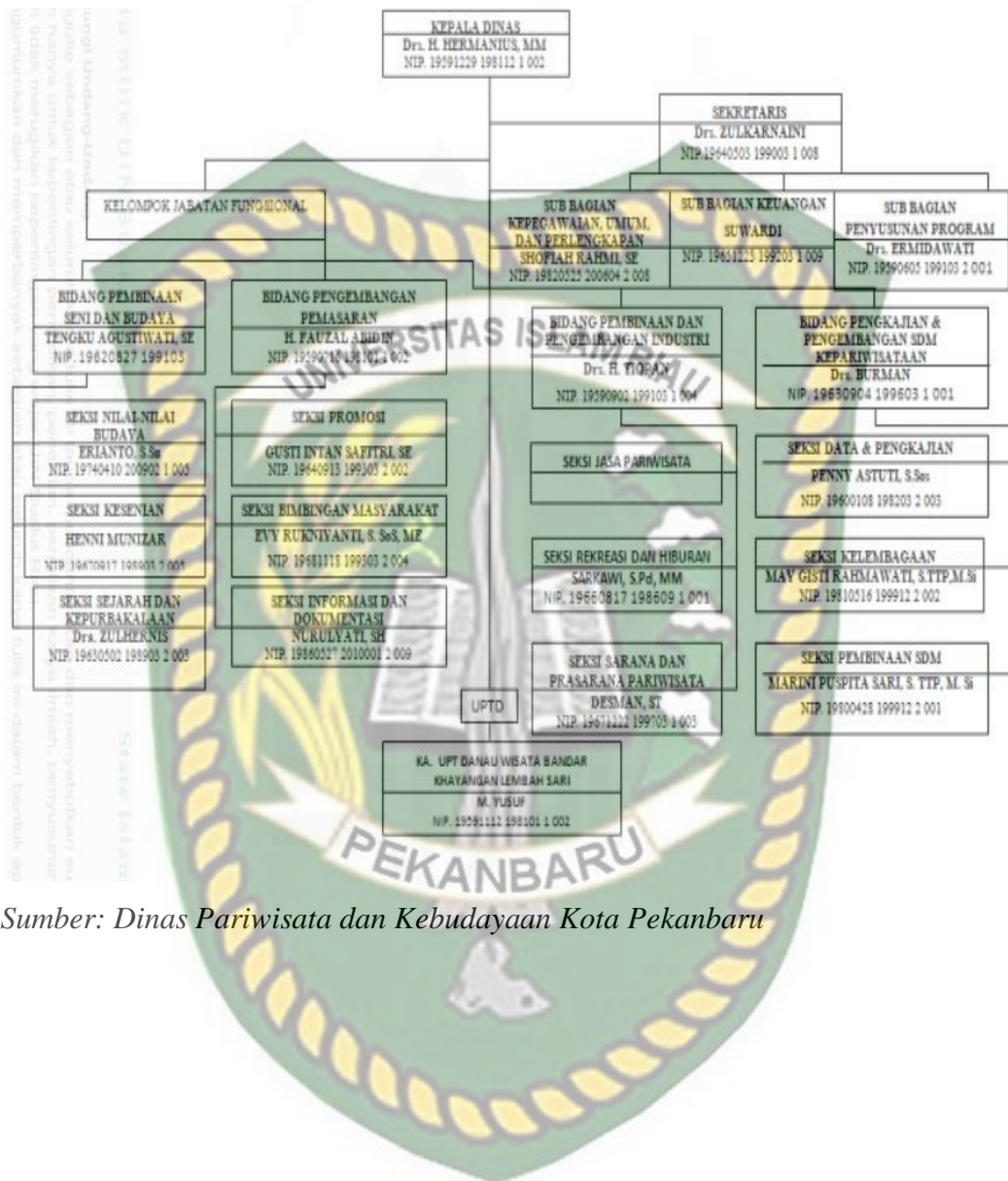
5. Bidang dipimpin oleh Kepala Bidang yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepala Dinas .
6. Sub bagian dipimpin oleh kepala sub bagian yang bertanggung jawab kepada sekretaris Dinas.
7. Seksi dipimpin oleh Kepala Seksi yang bertanggung jawab kepada kepala bidang.
8. Jumlah dan jenis jabatan fungsional akan diatur lebih lanjut dengan peraturan walikota.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

D. Sturktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Dalam pelaksanaan penelitian yang penulis lakukan dilapangan, yang paling berperan penting untuk penyempurnaan hasil penelitian ini adalah responden yang menjadi informan penulis, dan untuk mengetahui identitas dari responden yang penulis temui dilapangan, maka penulis akan menyajikannya dalam bentuk tabel pada pembahasan dibawah ini:

Tabel V.1: Identitas Resonden Penelitian Penulis Terkait Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

No	Nama	Posisi / Status
1	Vita Yuzanna, SS	Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.
2	Poppy Florinda, SS	Bidang Umum Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru.
3	Roni Firmansyah	Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Kota Pekanbaru
4	Milan Sianipar	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru
5	Mey Leny	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru
6	Nissa Siregar	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru
7	Intan Ratih R	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru
8	Ina Rahmi Putri	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru
9	Dilla Safitri	Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru

Sumber : *Olahan Data Penulis, Tahun 2020*

Berdasarkan penyajian tabel diatas dapat dilihat bahwa informan yang penulis jadikan responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 9 (Sembilan) orang, yang berasal dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru, Manajemen PT.Dalena Pertama Indah Pekanbaru, dan pengunjung pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru. Dengan informan yang telah disebutkan tersebut, maka penulis akan menyajikan hasil penelitian dengan menggunakan teori teori yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini, dan hasil penelitian yang telah penulis dapatkan dilapangan dapat dilihat pada pembahasan dibawah ini:

B. Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

Pariwisata menurut. Burkart dan Medlik (dalam Soekadijo, 1997:3) adalah Perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu. Pariwisata merupakan salah satu industri baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Pariwisata sebagai suatu industri yang kompleks, yang meliputi industri-industri lain seperti industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan/cinderamata, industri perjalanan dan sebagainya.

Pembangunan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya. Aspek ekonomis merupakan aspek yang dianggap penting dan mendapat perhatian paling besar dalam sektor pariwisata karena untuk mengadakan perjalanan orang

mengeluarkan biaya, sedangkan bagi daerah yang dikunjungi wisatawan dapat menerima uang dari wisatawan tersebut melalui orang-orang yang menyediakan angkutan, menyediakan bermacam-macam jasa, atraksi dan sebagainya. Keuntungan ekonomis ini merupakan salah satu dari tujuan pembangunan pariwisata.

Kota Pekanbaru mempunyai banyak potensi yang bisa dikembangkan, terutama pada sektor pariwisata. potensi wisata terdapat di Kota Pekanbaru, tapi sayangnya beberapa tempat wisata kurang dipublikasikan dengan baik. Kota Pekanbaru mempunyai sektor unggulan yang dapat dilihat dari banyaknya makanan khas dan budaya Melayu yang sangat kental di Kota Pekanbaru. Padahal, jika dikelola dengan baik maka akan banyak menarik wisatawan untuk berkunjung.

Potensi Wisata yang ada di kota Pekanbaru tidak lepas dari adanya etnis Melayu yang mendominasi di kota ini. Jika dikelola dan dibuat perencanaan pembangunan yang kuat, paduan etnis Melayu dan potensi wisata Pekanbaru dapat menjadi acuan branding kota. Dengan beberapa alasan tersebut, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam terhadap potensi wisata yang dimiliki pada kota ini, dimana salah satunya adalah tentang pengembangan potensi Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru.

Kota Pekanbaru tampaknya dapat dijadikan acuan untuk membentuk sebuah city branding. Potensi wisata dapat dikembangkan semenarik mungkin sehingga nantinya dapat mewakili branding yang ingin dibentuk oleh kota itu sendiri. Kota Pekanbaru dapat memanfaatkan budaya Melayu yang menjadi mayoritas penduduk di Pekanbaru. Bukti kentalnya budaya Melayu di Kota

Pekanbaru dapat dilihat melalui infrastruktur kota yang dilengkapi dengan ukiran khas Melayu, atap selembayung, bahasa Melayu yang sering ditemukan di papan-papan peringatan di tengah kota dan bahasa Melayu yang dijadikan salah satu mata pelajaran sekolah-sekolah di Pekanbaru, dengan kentalnya budaya melayu di Pekanbaru, hal ini menjadi salah satu trick atau potensi yang bisa dikembangkan dan di bungkus dalam pengembangan pasar wisata di Kota Pekanbaru itu sendiri.

Dengan demikian, maka penulis akan menganalisis satu persatu point-point penting yang nantinya dapat menjawab penelitian terkait pembahasan tentang bagaimana Peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru, dan pembahasan pertama yang penulis sajikan adalah tentang:

1. Menginformasikan (Informing)

Dalam melakukan kegiatan promosi terkait suatu barang, jasa, atau hal apapun itu, salah satu point terpenting adalah bagaimana komunikasi dalam memberikan informasi kepada target yang ditetapkan, dengan adanya informasi yang akurat, maka calon pengunjung tempat wisata akan memahami apa sebenarnya alasan mereka untuk datang ketempat tersebut, dan untuk pembahasan tentang penginformasian tersebut, maka penulis menyajikan hasil penelitian yang penulis dapatkan dilapangan sebagaimana berikut ini:

- a. Melakukan promosi dengan cara menginformasikan produk-produk yang tersedia di Pasar Bawah Pekanbaru.

Komunikasi adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta si penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi dalam pemasaran (promosi) dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur pokoknya yaitu komunikasi dan

pemasaran, komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu. Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya. Sedangkan komunikasi pemasaran mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran merek yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau kliennya.

Komunikasi pemasaran (promosi) merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk dipasar. Konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut bauran promosi atau bauran pemasaran, di dalam bauran pemasaran ini biasanya sering digunakan berbagai jenis promosi. Di dalam bauran pemasaran seperti yang dijelaskan diatas, penjualan tatap muka, humas, promosi penjualan, publisitas serta perusahaan langsung. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Komunikasi pemasaran juga secara berhati-hati dan penuh perhitungan dalam menyusun rencana komunikasi pemasaran. Penentuan siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi akan sangat menentukan keberhasilan komunikasi, dengan penentuan sasaran yang tepat, proses komunikasi akan berjalan efektif dan efisien.

Komponen yang bertanggungjawab dalam melakukan promosi terhadap pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru adalah pihak Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dan dengan demikian, maka penulis akan menyajikan hasil penelitian

yang telah penulis lakukan dilapangan, dimana salah satunya adalah dengan Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, adapun pertanyaan yang penulis ajukan adalah seputar tentang apakah selama ini Pemerintah Kota Pekanbaru melalui Dinas dan Manajemen Perusahaan Pasar Bawah sudah melakukan promosi terkait keberadaan dan keunggulan dari destinasi pasar bawah kota Pekanbaru, dan jawaban yang beliau berikan adalah sebagai berikut:

“Sudah dilakukan upaya untuk itu, kita melakukan promosi dengan berbagai cara ya, bisa melalui media cetak, online atau kerjasama dengan beberapa akun media sosial untuk membahas atau membuat konten tentang pasar wisata pasar bawah Kota Pekanbaru, tetapi memang untuk saat ini harus ada kesabaran karna masa pandemic, kita tidak bisa leluasa melakukan program-program promosi apalagi sifatnya event, karna masih terbentur dengan aturan yang dibuat oleh Pemerintah” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru)

Bersamaan dengan hasil wawancara yang telah penulis sajikan diatas, penulis mengajukan beberapa pertanyaan yang tentunya masih berkaitan dengan sub indikator yang dibahas, dimana salah satunya adalah tentang bagaimana tentang kualitas produk atau keunggulan produk yang ditawarkan pada pasar wisata itu sendiri, apakah dianggap memiliki daya tarik untuk mengajak masyarakat datang berkunjung? Dan jawaban yang diberikan oleh Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru terkait dengan pertanyaan yang penulis tanyakan diatas adalah sebagai berikut:

“Saya kira memang memiliki daya tarik sendiri, karna barang-barang yang dijual di dalam gedung kebanyakan unsure nya memiliki keterkaitan dengan budaya melayu, mulai dari pernah pernik, pakaian, dan peralatan rumah tangga, kebanyakan memang ada keterkaitannya, dan disana tidak hanya itu saja, barang-barang lain juga tersedia, seperti kebanyakan pakaian wanita dan barang-barang unik lainnya, dan dibawah juga tersedia pasar tradisional, itu salah satu keunikan menurut saya” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru)

Melanjutkan penyajian hasil wawancara, untuk memperluas jawaban penelitian, penulis juga telah melakukan observasi dan wawancara terhadap manajemen atau pengelola gedung Pasar Wisata Pasar Bawah Pekanbaru itu sendiri, yang mana dalam hal ini dibawah naungan Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Kota Pekanbaru, adapun informan yang penulis wawancarai adalah Bapak Roni Firmansyah yang bertindak selaku Manajemen Pengelola gedung itu sendiri, pertanyaan yang penulis ajukan kepada beliau adalah berkaitan dengan perihal program-program promosi yang selalu diberikan kepada masyarakat Kota Pekanbaru agar mau berkunjung ke pasar wisata itu sendiri, dan jawaban yang beliau berikan adalah sebagai berikut:

“Ada, promosi selalu rutin kita lakukan untuk mengajak masyarakat berkunjung, tetapi di sisi lain yang menjadi focus kami memang adalah manajemen internal itu sendiri, dimana pengurusan gedung, perawatan, dan tata kelola gedung menjadi focus utama kami memang, kalau untuk promosi yang sifatnya barang atau produk, biasanya itu lebih kearah pedagangnya sendiri untuk promosi” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis sajikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan promosi yang telah dilakukan oleh pihak-pihak terkait untuk mengajak masyarakat berkunjung ke pasar wisata Kota Pekanbaru di akui telah dilaksanakan dengan baik, pernyataan ini diberikan langsung oleh pihak Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dan juga manajemen dari pengelola Pasar Wisata itu sendiri.

- b. Memberikan informasi lengkap terkait ketersediaan produk dan jasa yang tersedia.

Berkaitan dengan pembahasan-pembahasan sebelumnya, kelanjutan penelitian dilakukan dengan titik masalah pada pelaksanaan promosi terkait produk atau jasa yang tersedia di dalam Pasar Wisata Kota Pekanbaru itu sendiri, dalam hal ini adalah tentang apa saja yang menjadi produk andalan untuk memikat hati masyarakat agar datang ke pasar wisata itu sendiri, dan untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis akan menyajikan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, dimana informan yang penulis temui salah satunya adalah Ibu Poppy Florinda, SS yang menjabat sebagai Kepala Bidang Umum dalam pelaksanaan promosi pariwisata di Kota Pekanbaru, dan jawaban beliau terkait pertanyaan penulis diatas adalah sebagai berikut:

“Secara detail itu beberapa kali pernah kita lakukan promosi atau penyampaian informasi lebih tepatnya, tetapi memang tidak setiap saat ya, karna ada keterbatasan waktu dan biaya untuk pekerjaan tersebut, tetapi satu hal yang pasti adalah, masyarakat pekanbaru akan menemukan keunikan tersendiri disaat berkunjung ke Pasar Wisata tersebut, karna disana memang cukup lengkap produknya, dimulai dari pasar tradisional dibawah, makanan khas, perlengkapan rumah

tangga, pakaian, tas, dan banyak barang-barang unik lainnya yang memang memiliki kualitas yang baik” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Poppy Florinda, SS yang menjabat sebagai Kepala Bidang Umum Dalam Pelaksanaan Promosi Pariwisata Di Kota Pekanbaru)

Untuk menemukan jawaban yang seimbang, penulis melakukan observasi dan proses wawancara terhadap beberapa informan dari pihak pengunjung Pasar Wisata yang penulis temui dilokasi, dimana hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah memang telah dilakukan promosi terkait dengan detail informasi kepada masyarakat atau tidak sama sekali, dan jawaban yang diberikan oleh informan pengunjung adalah sebagai berikut:

“Tidak pernah melihat informasi promosi terkait dengan hal tersebut, kami juga datang kesini murni atas dasar keinginan sendiri, tidak ada referensi dari pihal manapun apalagi melihat spanduk promosi atau hal lainnya yang bersifat promosi, saya kira tindakan promosi belum pernah dilakukan secara menyeluruh khususnya dikota Pekanbaru, karna saya tidak pernah menemukan spanduk atau baliho nya” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Milan Sianipar, Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Dalam bisnis, promosi adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk, promosi penting untuk dilakukan agar calon konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk barang atau jasa yang ditawarkan. Promosi sangat penting dilakukan oleh berbagai kalangan pebisnis, entah itu pebisnis skala kecil maupun pebisnis skala besar.

Meskipun promosi merupakan hal penting dalam bisnis, namun masih banyak pebisnis atau organisasi bisnis yang menganggap enteng promosi atau

bahkan terlalu yakin dengan bisnisnya sehingga tidak perlu menjalankan promosi. Untuk mengetahui lebih lanjutnya berikut ini beberapa alasan mengapa promosi sangat penting untuk dilakukan:

1. Alasan pertama mengapa Anda wajib melakukan promosi adalah promosi dapat menciptakan brand awareness. Bahasa sederhana dari istilah ini adalah membuat produk Anda dikenal oleh konsumen. Sederhananya seperti ini, bagaimana produk Anda bisa terjual banyak jika konsumen saja tidak mengenal produk Anda. Ini adalah alasan paling dasar dari sebuah strategi promosi yang kita lakukan. Strategi promosi dengan tujuan ini sangat penting dilakukan untuk produk yang baru saja diluncurkan atau belum banyak dikenali.
2. Alasan penting selanjutnya adalah promosi berperan penting untuk membangun merek. Ketika konsumen sudah mengenal produk Anda (brand awareness tinggi), langkah selanjutnya yang harus Anda lakukan adalah menciptakan kesan merek positif (brand image). Merek tidak cukup hanya terkenal, merek tersebut harus dibangun menjadi merek yang memiliki citra positif yang kuat. Salah satu cara untuk membangun merek yang memiliki citra positif ialah fokus pada kualitas dan layanan yang baik.
3. Promosi bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen menjadi sangat penting agar konsumen tidak beralih ke pesaing. Pebisnis bisa melakukan berbagai langkah untuk membangun loyalitas konsumen, seperti diadakannya program promosi berhadiah, point reward, memberikan harga khusus saat moment tertentu, paket bonus produk, dan lain sebagainya.

4. Promosi berperan untuk menyampaikan suatu pesan kepada target konsumen Anda. Promosi juga bisa menjadi sarana edukasi konsumen tentang manfaat produk Anda. Sebagai produk yang relatif baru atau belum terkenal, Anda sebagai pemilik produk wajib untuk mengedukasi konsumen tentang kegunaan produk, cara pakai produk, dan berbagai hal yang berhubungan dengan produk. Hal ini menjadi alasan penting mengapa promosi wajib untuk dilakukan.

Dengan adanya promosi rutin yang disampaikan kepada masyarakat, hal tersebut akan membangun komunikasi yang baik antara masyarakat dengan Pasar Wisata itu sendiri, dimana masyarakat dapat mengetahui apa saja yang ada di dan produk apa yang ditawarkan dengan harga-harganya sehingga masyarakat bisa memberikan pilihan untuk datang berkunjung atau tidak.

- c. Memberikan informasi mengenai fasilitas yang tersedia di area Pasar Wisata.

Sebagai mahasiswa yang tinggal dan menetap sementara di Kota Pekanbaru, salah satu hal yang penulis ketahui tentang Pasar Wisata Pasar Bawah adalah fasilitas gedungnya yang tidak memadai, dimana hal tersebut berkaitan dengan Kamar Mandi, Parkir, Lorong Sempit dan tidak teratur, hal ini penulis kita menjadi salah satu faktor penghambat yang menjadi kekurangan dari kondisi Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru itu sendiri, dan untuk menanggapi permasalahan tersebut, maka penulis akan mencoba menyajikan hasil penelitian yang penulis dapatkan dilapangan, salah satunya adalah dengan mewawancarai Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Kota Pekanbaru, yaitu Bapak Roni Firmansyah selaku penanggungjawab gedung tersebut, dan jawaban yang beliau berikan terkait dengan pertanyaan penulis adalah sebagai berikut:

“Saya kira fasilitas cukup memadai ya, memang salah satu yang sering menjadi sorotan adalah parkir, karna harus parkir di pinggir jalan, tetapi diluar itu, kami sudah menyediakan tempat parkir di dalam gedung, tetapi memang jumlahnya terbatas karna ketersediaan lahan parkir yang kurang, dengan demikian kita menyediakan lokasi disekitaran gedung yang pengelolaannya ditangani oleh pihak ketiga atau dengan masyarakat setempat” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berkaitan dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan diatas, penulis melanjutkan pembahasan dengan mengajukan pertanyaan tentang bagaimana perizinan yang diberikan Pemerintah Kota Pekanbaru terkait dengan kondisi lahan parkir yang memakan bahu jalan disekitaran Pasar Wisata Kota Pekanbaru, apakah telah mendapatkan izin dari Pemerintah atau berlaku secara ilegal yang dikelola oleh masyarakat umum, dan jawaban yang beliau berikan adalah sebagai berikut:

“Sudah ditangani oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, mereka menempatkan beberapa titik yang memang menjadi tempat parkir bagi pengunjung, dan hal tersebut sudah mendapatkan Izin dari Pemerintah Kota Pekanbaru itu sendiri, itu resmi dan memiliki tiket parkir yang anntinya menambah Pemasukan Keuangan Daerah Kota Pekanbaru” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Selain dengan kondisi parkir yang memang belum tertata rapi karna keterbatasan kondisi gedung dan lahan, sisi lain yang kadang menjadi kendala atau yang membuat pengunjung enggan datang berkunjung adalah kondisi lorong gedung yang sempit akibat dagangan yang ditawarkan di taruh di jalan koridor

gedung, dan untuk menanggapi hal tersebut, jawaban yang diberikan oleh pihak Pengelola Gedung Pasar Wisata Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

“Hal ini memang menjadi perhatian kami, karna sudah sering dilakukan pembinaan kepada pedagang agar tidak meletakkan dagangannya di koridor gedung, tetapi tetap aja dilakukan dengan alasan yang bermacam-macam, karna terkadang ketika pengunjung ramai, ruangan yang terbatas mempersulit situasi transaksi yang dilakukan, sehingga mereka harus meletakkan dagangannya sedikit memakan jalan di koridor” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Bersamaan dengan hal tersebut, penulis juga melakukan wawancara kepada pengunjung pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru untuk mengetahui sejauh mana kenyamanan yang mereka dapatkan dari kunjungannya ke lokasi tersebut, dan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

“Saya kira parkir ya yang paling diperhatikan, karna itu kan tidak resmi parkirnya, dikelola oleh masyarakat setempat saja saya lihat, kalau ada kerusakan atau kehilangan juga tidak bisa di klaim kemana mana, karna mereka biasanya tidak mau tanggungjawab, untuk kedepannya semoga ada solusi untuk tempat parkir di dalam gedung seperti tempat pusat perbelanjaan lainnya.” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Mey Leny, Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Selain tanggapan diatas, wawancara lain yang juga penulis lakukan kepada beberapa orang pengunjung memberikan tanggapan yang hampir serupa, dimana mereka mengeluhkan tentang kondisi tempat parkir dan situasi di dalam gedung yang kurang terawat, dan untuk lebih jelasnya penulis akan menyajikannya pada hasil wawancara sebagai berikut:

“Belanja disini cukup asik, banyak pilihan barangnya, tetapi kondisi gedungnya seperti tidak terawat, tangga diluar kotor, ada pedagang ditangga juga, dan kalau hujan, pastinya basah kalau pengunjung lewat, dan koridornya cukup sempit karna barang dagangan ditaruh di pinggir jalan atau koridor” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Ina Rahmi, Pengunjung Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang telah penulis sajikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Kota Pekanbaru dan juga Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru diakui telah dilaksanakan dengan berkala, tetapi berdasarkan fakta yang penulis temui dilapangan dan dari hasil penelitian serta observasi kepada masyarakat dan juga pengunjung pasar wisata itu sendiri, ditemukan jawaban bahwa promosi belum berjalan dengan baik, hal ini dikarenakan proses promosi dan fisi dari bentuk promosi yang dilakukan tidak terlihat oleh masyarakat. Dengan demikian, maka sebenarnya pelaksanaan kegiatan promosi yang seharusnya dilakukan untuk menarik minat masyarakat berkunjung ke pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru tidak terlaksana dengan baik sebagaimana dugaan penulis disaat awal ingin melakukan penelitian terkait dengan permasalahan tentang pelaksanaan promosi itu sendiri.

2. Membujuk Pelanggan Sasaran (Persuading)

Salah satu point penting dalam kegiatan promosi adalah bagaimana caranya agar pelanggan tertarik untuk menyetujui bagian dari promosi yang disampaikan, contohnya adalah mengajak calon pelanggan untuk datang berkunjung, dan menawarkan promo-promo menarik sehingga pelanggan mau datang, dengan demikian maka strateginya adalah tentang bagaimana caranya

pihak pasar wisata pasar bawah kota pekanbaru menarik minat calon pelanggannya, dan berdasarkan pembahasan tersebut, maka penulis akan menganalisisnya berdasarkan masing-masing sub indikator sebagai berikut:

- a. Melakukan modernisasi bangunan agar pengunjung tertarik untuk berkunjung.

Selaras dengan perkembangan jaman yang semakin modern, manusia juga secara otomatis menaikkan tingkat standar mereka dalam memandang sesuatu yang baru dengan tambilan yang semakin fresh, hal ini tentunya juga berlaku dalam bisnis, salah satunya adalah desain dari bangunan tempat dimana kita menjalankan bisnis itu sendiri. Di kota Pekanbaru terdapat banyak pusat perbelanjaan yang semakin modern, mulai dari segi tampilan bangunan, fasilitas dan lain sebagainya, hal ini menjadikan masyarakat memiliki pandangan yang juga semakin mengingkat terhadap standar dari tempat yang akan mereka kunjungi, dengan fasilitas yang diperlukan.

Seperti saat ini, dimana muda mudi perkotaan cenderung lebih suka memilih tempat yang menarik untuk tempat nongkrong atau sekedar santai yang dilengkapi dengan tempat-tempat menarik yang bisa di dokumentasikan, dan melihat permasalahan tersebut, hubungannya dengan penelitian yang sedang penulis lakukan saat ini adalah terkait dengan bagaimana cara dari Pemerintah Pekanbaru dan juga manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Pekanbaru untuk melakukan modernisasi sebagai cara mengikuti perkembangan modernisasi agar pengunjung tertarik untuk datang ke pasar wisata itu sendiri.

Untuk mengetahui apa saja yang sebenarnya telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota

Pekanbaru dan juga Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Pekanbaru, maka penulis akan menyajikan hasil penelitian dan observasi yang telah penulis lakukan dilapangan, dimana diantaranya adalah sebagai berikut:

“Belum ada program kesana, karna memang untuk melakukan modernisasi bangunan itu memerlukan biaya yang besar dan waktu yang lama, harus dipikirkan secara matang setiap langkahnya, dan sejauh ini kita belum ada program untuk itu” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Poppy Florinda, SS yang menjabat sebagai Kepala Bidang Umum Dalam Pelaksanaan Promosi Pariwisata Di Kota Pekanbaru)

Sejalan dengan jawaban yang telah diberikan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata diatas, Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah Pekanbaru juga memberikan jawaban serupa dimana mereka mengakui tidak ada rencana dalam upaya melakukan renovasi gedung untuk lebih modern, agar menarik minat muda mudi Kota Pekanbaru berkunjung ke Pasar Wisata tersebut, dimana jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:

“Kita menyadari itu, tetapi berdasarkan situasi yang ada saat ini, belum ada rencana melakukan renovasi bangunan, karna pembiauaan dan perizinan juga tidak pembahasan kea rah sana” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berdasarkan hasil peneltian yang telah penulis lakukan diatas dan didukung dengan hasil observasi dilapangan, salah satu kondisi yang membuat masyarakat enggan berkunjung ke Pasar Wisata Pasar Bawah adalah kondisi bangunan dan fasilitasnya yang memang kurang menarik dan terkesan kumuh karena berlokasi di wilayah pasar tradisional.

- b. Menyediakan merk-merk tertentu yang memang sedang di cari oleh pengunjung.

Selain berbelanja kebutuhan yang diinginkan, masyarakat cenderung akan pergi ke pusat perbelanjaan untuk sekedar bersantai dengan memilih tempat makan atau minum yang mereka gemari, seperti halnya tempat-tempat pusat perbelanjaan pada umumnya yang menyediakan gerai makan dan minum dengan berbagai macam merk tertentu yang memang banyak digemari oleh konsumen, dan beberapa contoh dari brand-brand tersebut adalah seperti KFC, Hoka Hoka Bento, Pizza Hut, Toko Roti, dan lain sebagainya, dengan kehadiran dari macam-macam gerai tersebut, pengunjung bisa menikmati waktu bersantainya sekaligus berbelanja kebutuhan yang mereka cari.

Pembahasan diatas merupakan salah satu strategi marketing yang pada umumnya diterapkan oleh beberapa perusahaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan konsumen ke tempat mereka, dan dalam pembahasan ini, penulis akan mengulas tentang pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru yang dikelola oleh PT. Dalena Pertama Indah, dimana penulis ingin mengetahui strategi apa yang mereka terapkan untuk menarik minat pengunjung agar mau datang ke pasar wisata tersebut, apakah memang telah menyediakan tempat seperti yang disampaikan diatas, atau justru sebaliknya. Dan jawaban yang penulis dapatkan dari hasil penelitian dilapangan adalah sebagai berikut:

“Belum ada, kita disini focus kepada pusat perbelanjaannya saja, untuk gerai makanan kita belum tersedia, mungkin kita akan coba bahas kedepannya” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Melanjutkan pertanyaan diatas, penulis menanyakan apa alasan yang menyebabkan tidak adanya brand-brand ternama yang berjualan di lokasi atau gedung dari Pasar Bawah Kota Pekanbaru, dan jawaban yang diberikan oleh Manajemen pengelola gedung adalah sebagai berikut:

“Saya kira konsepnya berbeda, karna memang pasar bawah ini kan konsepnya pasar, jadi kita rancang pasar tradisional agar lebih modern untuk memberikan kenyamanan kepada mereka yang mau belanja” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dilapangan, salah satu alasan yang memang menjadi point dari pertanyaan penulis sebelumnya tentang ketersediaan gerai dari brand makanan adalah konsisi atau konsep dari pasar wisata itu sendiri, pihak manajemen pasar bawah mengatakan bahwa mereka tidak bekerjasama dengan beberapa brand tertentu adalah dikarenakan konsep dari pasar bawah itu sendiri yang mengusung tradisional konsep, sementara brand-brand seperti KFC, Pizza Hut, dan lainnya itu mengusung konsep modern, hal inilah yang menyebabkan produk tersebut tidak tersedia.

c. Bangunan di desain dengan arsitektur yang menarik untuk menarik minat pengunjung.

Berkaitan dengan pembahasan sub indikator diatas, jawaban yang diberikan oleh pihak manajemen pengelola Pasar Bawah Kota Pekanbaru mengatakan bahwa desain yang dirancang saat ini dianggap telah menggambarkan kondisi dari budaya melayu di riau itu sendiri, karna pada dasarnya konsep yang ditawarkan pada setiap arsitektur bangunan di riau akan secara otomatis mengusung konsep budaya melayu riau.

- d. Menawarkan event-event menarik khususnya bagi kaum muda-mudi agar mau berkunjung ke pasar wisata.

Menurut Noor (2013: 8), event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Disisi lain dikatakan bahwa event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan untuk memperingati hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan pesan-pesan kepada pengunjung. Event adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara.

Dengan kata lain, event adalah sebuah program yang akan dilakukan secara terencana untuk suatu tujuan, ragam acara amat banyak bergantung dari ide yang melandasi terlaksananya hal itu. Berbeda dengan kegiatan yang spontan, acara dilakukan berdasarkan rencana yang telah disusun sebelumnya.

Dengan demikian, mengadakan sebuah even menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian orang banyak agar mau menghadirinya, dan hal ini bisa dimanfaatkan sebuah organisasi dengan tujuan bisnis, contohnya pasar wisata Pasar Bawah Pekanbaru, dengan mengadakan event, tentunya akan sejalan dengan promosi dalam menarik minat orang untuk datang berkunjung.

Dan untuk mengetahui perihal pelaksanaan event dalam upaya tindakan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru, maka penulis akan menyajikan hasil penelitian berupa wawancara dan observasi yang penulis lakukan kepada informan terkait baik dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, maupun dari pihak Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Pasar Bawah sebagai pengelola, adapun hasil wawancara penulis dengan informan terkait dengan pelaksanaan event di pasar wisata pasar bawah adalah berikut ini:

“Belum, karna untuk saat ini tidak memungkinkan untuk mengadakan acara seperti event dan lainnya yang bersifat mengumpulkan jumlah masyarakat yang banyak” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru)

Melengkapi jawab yang telah penulis sajikan diatas, penulis juga menanyakan kepada informan tentang pelaksanaan apakah pernah di adakan even dalam rangka kegiatan promosi di Pasar Wisata pasar bawah, dan jawaban yang diberikan oleh beiau adalah sebagai berikut:

“Belum pernah ada event khusus yang dilakukan di dalam gedung Pasar Wisata tersebut, karna memang keterbatasan tempat, bisa dilihat bahwa kondisi bangunan yang tidak memiliki lobby untuk event menjadi salah satu kendalanya” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis sajikan diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa pelaksanaan even belum pernah dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Pekanbaru yang khusus diperuntukkan dalam upaya

mempromosika tempat wisata di Pasar Bawah Pekanbaru, dengan demikian maka upaya-upaya tindakan promosi yang dijalankan selama ini memang belum berjalan dengan maksimal dan hanya mengandalkan kedatangan masyarakat secara sukarela tanpa adanya promosi untuk menarik minat dari pengunjung itu sendiri.

3. Mengingatkan (Reminding)

Salah satu tujuan dilakukannya promosi adalah untuk selalu mengingatkan calon konsumen (masyarakat) akan keberadaan dari pasar wisata tersebut, dimana dengan adanya promosi-promosi rutin terkait dengan produk yang disajikan, maka masyarakat akan mengingatnya dan nantinya ketika menginginkan barang yang mereka cari dan pernah ditawarkan melalui iklan atau media promosi lainnya, maka secara otomatis mereka akan mendatangi pasar wisata tersebut.

Dan salah satu cara yang dilakukan untuk kegiatan seperti itu adalah dengan melakukan sosialisasi-sosialisasi yang berkelanjutan dengan berbagai macam cara yang menarik dan produk barang yang berbeda. Pembahasan tentang proses memberikan ingatan kepada calon konsumen akan penulis sajikan pada hasil dan analisis wawancara yang akan disajikan pada pembahasan ini, dimana adapun informan yang penulis wawancarai untuk melengkapi proses penelitian adalah Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, dimana tanggapan yang beliau berikan adalah:

“Kalau untuk berkala saya kira memang belum terlaksana secara rutin, sebenarnya untuk proses seperti ini, lebih tepatnya bisa ditanyakan langsung kepada pihak manajemen pasar wisata itu sendiri, agar lebih mendapatkan jawaban sesuai dengan situasinya” (Wawancara Tanggal 22 Desember 2020, Bersama Ibu Vita Yuzanna, SS selaku Bidang Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru)

Berkaitan dengan jawaban yang telah penulis sajikan diatas, dimana pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memberikan tanggapannya tentang pelaksanaan sosialisasi secara berkala, dimana informan penulis mengatakan bahwa penyampaian atau sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat terkait dengan keberadaan pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru belum terlaksana.

Untuk melengkapi jawaban tersebut, penulis melanjutkan proses penelitian dengan mewawancarai langsung pihak pengelola pasar wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru, dimana dalam prosesnya penulis mewawancarai Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru yang bernaung dibawah PT. Dalena Pertama Indah, adapun jawaban yang beliau berikan terkait dengan pertanyaan penulis seputar sosialisasi yang dilakukan berkala adalah:

“Belum, tidak se intens itu prosesnya, kalau pun sosialisasi dilakukan, biasanya melalui media sosial atau inflencer yang ada di Kota Pekanbaru, dimana konsepnya adalah mereka akan melaporkan apa saja produk yang ada di Pasar Wisata ini” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Berkaitan dengan hasil jawaban yang telah penulis sajikan diatas, penulis melanjutkan proses wawancara dengan menanyakan tentang produk-produk yang dimaksud, dimana salah satunya adalah produk yang sifatnya memiliki cirri khas dimana hanya ada di dapatkan di Pasar Wisata saja, dan jawaban yang diberikan oleh Bapak Roni Firmansyah adalah sebagai berikut:

“Secara khusus saya kira tidak ada, tetapi untuk produk yang bertemakan adat melayu riau, ada banyak, mulai dari pernah pernik kerajinan tangan, Baju khas riau, makanan khas riau yang bisa ditemukan di dalam gedung, dan beberapa produk kerajinan lainnya

juga tersedia dan dapat dibeli oleh masyarakat pada umumnya sebagai oleh-oleh” (Wawancara Tanggal 23 Desember 2020, Bersama Bapak Roni selaku Manajemen Pasar Wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru)

Dalam upaya meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke pasar wisata pasar bawah Pekanbaru, salah satu trik nya adalah dengan menciptakan produk-produk khusus yang hanya bisa dijumpai konsumen atau calon pembeli di Pasar Bawah itu sendiri, dan ternyata setelah penulis melakukan penelitian dan observasi langsung kelapangan, penulis menemukan fakta bahwa tidak ada produk khusus yang diciptakan dan ditawarkan di dalam Pasar Wisata itu sendiri, dimana dari kebanyakan produk yang di tawarkan, kebanyakan produk tersebut juga dijual ditempat lain, sehingga masyarakat dengan mudah mendapatkannya.

C. Faktor Penghambat yang dihadapi oleh Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

Dalam upaya melakukan proses promosi terkait dengan objek wisata belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru, tentunya pihak-pihak terkait menemukan hambatan-hambatan dilapangan, baik itu faktor internal maupun faktor external dari manajemen mereka sendiri, dan adapun faktor penghambat yang dialami dalam mempromosikan objek wisata belanja pasar bawah kota Pekanbaru adalah:

1. Faktor Penghambat pertama yang dihadapi oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan keberadaan objek wisata belanja pasar bawah Kota Pekanbaru adalah dari segi minimnya anggaran yang di alokasikan kepada praktek promosi tersebut, dan hal ini juga menjadi kendala bagi PT. Dalena Pertama Indah selaku penanggungjawab atas pengelolaan gedung pasar bawah tersebut.

2. Faktor Penghambat selanjutnya adalah dari segi fasilitas dan kondisi gedung yang memang masih memiliki keterbatasan, dimana diantaranya terkait dengan lahan parkir yang terbatas, kondisi kios yang masih dalam tahap renovasi, dan kendala keterbatasan pada fasilitas lainnya.
3. Faktor penghambat terakhir yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi adalah kondisi pandemic yang sedang dihadapi saat ini, hal ini membatasi kegiatan-kegiatan yang bertujuan mengumpulkan banyak orang.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa peranan Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru belum berjalan dengan baik, kesimpulan ini didapat berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada lokasi objek penelitian dan kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, dimana fakta dilapangan diketahui bahwa selama ini Pemerintah Kota Pekanbaru dan Manajemen pengelola PT. Dalena Pertama Indah selaku penanggungjawab Gedung Pasar Bawah Pekanbaru tidak menjalankan program promosi untuk menarik minat masyarakat agar datang dan berbelanja di oberjak wisata pasar bawah Pekanbaru, data pendukung yang penulis dapatkan adalah berkaitan dengan fakta dilapangan yang mana tidak adanya terdapat media-media promosi yang dilakukan oleh manajemen pasar bawah itu sendiri, baik dari segi keberadaan baliho, spanduk, bahkan penulis juga melakukan observasi di dunia internet, media sosial, dan lain sebagainya, dimana faktanya bahwa memang tidak ada program sosialisasi atau tidakan sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru.

Disisi lain, kondisi dilapangan memberikan fakta lain yang ternyata menjadi penyebab mengapa masyarakat cenderung malas untuk berkunjung ke Objek Wisata Belanja Pasar Bawah Kota Pekanbaru, diantaranya adalah lahan parkir yang tidak tersedia secara khusus, hal ini menyebabkan pengunjung harus

memarkirkan kendaraan mereka di pinggir jalan yang dititipkan kepada tukang parkir ilegal dan tidak memberikan karcis parkir kepada pengunjung.

Hal lainnya adalah fasilitas gedung yang memang masih belum memadai, toilet gedung yang kurang bersih dan kondisi kios yang masih banyak kosong, bahkan kios yang berada dilantai 1 memiliki koridor yang sempit akibat pedagang memajang jualannya sampai ke koridor tempat pengunjung berjalan, dari hasil observasi yang penulis lakukan dilapangan, hal-hal tersebut menjadi salah satu penyebab mengapa pengunjung mengatakan mereka kurang tertarik untuk datang ke objek wisata belanja pasar bawah kota Pekanbaru.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memiliki saran-saran yang mungkin dapat membantu atau memberikan masukan kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini, dimana diantaranya adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru ataupun Manajemen PT. Dalena Pertama Indah Kota Pekanbaru dalam melaksanakan kegiatan promosi kedepannya, dan saran yang ingin penulis berikan adalah:

1. Dalam proses promosi, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah objek yang akan kita promosikan, apabila objek yang mau dipromosikan sudah bagus barulah disusun rencana bagaimana rencana promosi yang akan dilakukan, dengan demikian, langkah yang harusnya dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru adalah melakukan perbaikan dan modernisasi terhadap bangunan dan fasilitas yang ada di Gedung Pasar Bawah tersebut.

2. Saran penulis selanjutnya adalah berkaitan dengan pelaksanaan promosinya sendiri, dimana untuk menarik minat masyarakat, pelaksanaan proses promosi dilakukan secara berkala dan rutin dengan menyajikan informasi yang lengkap terkait dengan produk yang ditawarkan di dalam pasar bawah itu sendiri.
3. Saran penulis selanjutnya adalah menciptakan produk khas yang hanya terdapat di objek wisata belanja pasar bawah itu sendiri, sehingga masyarakat mau tidak mau akan berkunjung ke pasar bawah untuk mendapatkan atau melihat produk tersebut.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

A. Buku

- Asri, Marwan. 2003. *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Berry, David. 2003. *Pokok-pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Brantas. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fathoni, Abdurahmat. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Rineka Cipta.
- Hasibuan, Malayu. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- _____. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. BPFE Yogyakarta.
- _____. 2005. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: B.P.F.E
- _____. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: B.P.F.E UGM.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing. Center for Academic Publishing Service*. Yogyakarta.
- Ismail, Nawawi. 2013. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Irawan, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*. Yogyakarta: Liberty.
- Kartono,. 2002. *Psikologi Umum*. Bandung : Sinar Baru Algies Indonesia
- Kadarman. 2001. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Jakarta : Prenhallindo.
- Labolo, Muhadam. 2006. *Memahami Ilmu Pemerintahan*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

- Marnis. *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru: PT. Panca Abdi Nurgama, 2009
- Manullang. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen, Cetakan Ke-21*. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press.
- Manan, Bagir. 2001. *Menyongsong Otonomi Daerah, Pusat Studi Hukum (PSH) Fakultas Hukum UII Yogyakarta*.
- Munaf, Yusri. 2016. *Hukum Administrasi Negara*. Pekanbaru:marpoyan tujuh
- Ndraha, Taliziduhu. 2003. *Kybernologi (Ilmu Pemerintahan Baru)*. Jilid 1-2. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. 2005. *Teori Budaya Organisasi, Cetakan Pertama*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ridwan. 2002. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarundajang. 2002. *Arus Balik Kekuasaan Pusat ke Daerah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,.
- Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Ketiga*, , Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syafiie, Inu Kencana. 2001. *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama
- _____. 2005. *Pengantar Ilmu Pemerintahan*, Bandung: Refika Aditama.
- _____. 2006. *Manajemen Pemerintahan*. Jawa Barat: Pustaka Reka Cipta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemerintahan*. Jawa Barat: Pustaka Reka Cipta.
- _____. 2011. *Sistem Pemerintahan Indonesia*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty
- Saiful, Anwar. 2004. *Sendi-Sendi Hukum Administrasi Negara*. Jakarta. Glora Madani Press
- Siswanto.2013. *Pengantar Manajemen*. Jakarta:Bumi Aksara

- Soekanto, Soerjono. 2002. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2012 *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sastrohardiwiryo, Siswanto. 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia, Edisi 2*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- _____. 2003. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia, Edisi 2*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siswanto. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P, 2003. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- _____. 2004. *Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia, Jilid I*, Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- _____. 2006. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sofyan. 2004. *Manajemen*. Edisi Revisi. Jakarta: FEUI.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Persada.
- Schermerhorn. 2002. *Management*. New York: John Wiley & Sons Inc
- Silalahi, Ulber. 2002. *Pemahaman Praktis Azas-Azas Manajemen*. Bandung: Mandar maju Singarimbun, Masri.
- _____. 2011. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran, Penerbit: Andi Offset, Edisi Kedua, Cetakan Pertama*, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Thoha, Mifta. 2012. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Implikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Usman, Husaini. 2013. *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan. Edisi Keempat*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Veitzal Rivai. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Winardi. 2000. *Kepemimpinan dalam manajemen*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Yohanes. Yahya. 2006. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Yoeti, Agung, Oka, A. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.

B. Dokumentasi Penelitian:

- Zulkifli, DKK. 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa, Edisi Revisi 2013*. Pekanbaru : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.