YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA PROVINSI RIAU (POSE) DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA KAMPUNG PATIN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau

IMAM AULIA

NPM : 189110183
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2022

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	: Imam Aulia
NPM	: 189110183
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan	: Strata-Satu (S-1)
Hari/Tanggal Ujian Skripsi	: 10 Agustus 2022
Judul Penelitian	: Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin

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 disidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Menyetujui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Pembimbing
Dr. Fatmawati, S. IP., MM	Idawati, M.I.Kom

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama	: Imam Aulia
NPM	: 189110183
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan	: Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif	: Rabu / 10 Agustus 2022
Judul Skripsi	: Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru 22 Agustus 2022
Tim Penguji

Ketua,	Anggota,
Idawati, M.I.Kom	Eko Hero, M.Soc, Sc

Mengetahui,

Wakil Dekan I	Anggota
Cutra Aslinda, M. I. Kom	Eka Fitri Qurniawati M.I.Kom

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1827/A-UIR/3-Fikom/2022 Tanggal **05 Agustus 2022** maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Rabu** Tanggal **10 Agustus 2022 Jam : 13:00 – 14:00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Imam Aulia
NPM : 189110183
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin

Nilai Ujian : Angka : "75" ; Huruf : "B+"
Keputusan Hasil Ujian : Lulus
Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Idawati, M.I.Kom	Ketua	1.
2.	Eko Hero, M.Soc, Sc	Penguji	2.
3.	Eka Fitri Qurniawati M.I.Kom	Penguji	3.

Pekanbaru, 22 Agustus 2022
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Muhd Ar. Imam Riauan, S. Sos., M. I. Kom

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin

Yang Diajukan Oleh :
Imam Aulia
189110183

Pada Tanggal :
22 Agustus 2022

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Muhd As. Imam Riauan, S. Sos., M. I. Kom

Tim Penguji	Tanda Tangan,
Idawati, M.I.Kom	
Eko Hero, M.Soc, Sc	
Eka Fitri Qurniawati M.I.Kom	

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Imam Aulia
Tempat/Tanggal Lahir	: Duri, 27 Februari 2000
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Alamat/No HP	: Jln. Karang Ayar 1 Gg. Tentram No.112/081268522140
Judul Skripsi	: Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyampaian dari apa yang saya nyatakan diatas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan saksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 28 Juli 2022
Yang Manyatakan,

Imam Aulia

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

PERSEMBAHAN

Rasa syukur alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkah sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur. Karya tulis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta yaitu Ayahanda Kamaruddin dan Ibunda Suryani, yang telah memberikan kasih sayang yang sangat luar biasa, dukungan serta pengorbanan yang tidak mengenal lelah dan juga do'a yang terbaik untuk saya yang tidak akan pernah terbalaskan sampai kapanpun, semoga kita semua menjadi keluarga yang bahagia dunia dan akhirat.

Tidak lupa juga saya ucapkan terimakasih kepada teman-teman saya yang sudah banyak membantu saya dalam proses menyelesaikan penelitian ini atas dukungan secara moril ataupun materil yang telah diberikan kepada saya, saya akan selalu mengenang jasa-jasa dan kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada saya. Semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

MOTTO

"Menuntut ilmu adalah takwa, menyampaikan ilmu adalah ibadah, mengulang-ulang ilmu adalah zikir dan mencari ilmu adalah jihad"

(Abu Hamid Al Ghazali)

"Sebaik-baik manusia diantaramu adalah yang paling banyak manfaatnya bagi orang lain"

(H.R. Bukhari)

"Bisa jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu. Dan bisa jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui"

(QS. Al Baqarah : 216)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul " Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata Kampung Patin".

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari bahwa pengerjaan dan penulisan Skripsi ini masih belum mendekati kesempurnaan dan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Muhd AR Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Fatmawati, S.IP, MM selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
3. Idawati, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu dan arahan serta motivasi dalam skripsi ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Seluruh Dosen di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Yang telah memberikan didikan dan ilmu bermanfaat selama melaksanakan studi.
5. Seluruh karyawan dan Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah membantu dan memperlancar urusan selama penelitian ini.
6. Yang teristimewa untuk kedua orang tua, Ayahanda Kamaruddin dan Ibunda Suryani yang tak henti-hentinya memberikan semangat dan do'a serta dukungan moril maupun materil kepada penulis. Serta kakak Raisa Shahilla yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu sigap membantu dan memberikan semangat kepada peneliti yaitu Dhiyaa Putri Indraswari, Selviana Anggreani, Reni Gustia, Lutviana Mitha, Ulya Ulyani, Cuttia Andriani, Dinda Pratiwi, M. Abghi Rasyadi, Muhammad Fadel, Nurmahmudi Ikhsan, Nadya Nasution, Sherin Aprillia Gunawan, Mahfudz Nurulhadi, Adetya Pratayudha Wibowo. Semoga segala bantuan yang diberikan mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.
8. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Semoga bantuan dan dukungan yang telah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

diberikan mendapatkan balasan berupaha pahala dan kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengalaman dan pengetahuan yang terbatas. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi terciptanya penulisan Skripsi yang lebih baik untuk masa mendatang. Dan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya kepada mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 28 Juli 2022

Peneliti,

Imam Aulia

189110183

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

SKRIPSI
PERSETUJUAN PEMBIMBING
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SURAT PERNYATAAN
PERSEMBAHAN i
MOTTO ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
Abstrak xi
Abstract xii
الملخص xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah Penelitian 10
C. Fokus Penelitian 10
D. Rumusan Masalah 10
E. Tujuan Penelitian 11
F. Manfaat Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
A. Kajian Literatur 12
1. Pengertian Implementasi 12
2. Pengertian Strategi Komunikasi 12
3. POSE 14
4. Wisatawan 15
5. Desa Wisata 18
B. Definisi Operasional 20
1. Wisatawan 20
2. Desa Wisata 20
C. Penelitian Terdahulu 20

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III METODE PENELITIAN 24
A. Pendekatan Penelitian 25
B. Subjek dan Objek Penelitian 26
C. Lokasi dan Waktu Penelitian 28
D. Sumber Data.....29
E. Teknik Pengumpulan Data 30
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 31
G. Teknik Analisis Data.....31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....32
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....33
1. Dinas Pariwisata Provinsi Riau 33
B. Hasil Penelitian 43

BAB V PENUTUP.....62
A. Kesimpulan 63
B. Saran.....64

DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....20

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....27

Tabel 3.2 Rencana Jadwal Penelitian.....28

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kolam Ikan Patin 4

Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin.....6

Gambar 1.3 Aktivitas Promosi Melalui Instagram.....9

Gambar 4.1 Logo Branding Dinas Pariwisata Provinsi Riau 35

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau 39

Gambar 4.3 Iklan Media Elektronik 48

Gambar 4.4 Tampilan Website Dinas Pariwisata Provinsi Riau 49

Gambar 4.5 Aplikasi Dewi Riau dan Jemari 49

Gambar 4.6 Tampilan *Instagram* Dinas Pariwisata Provinsi Riau.....51

Gambar 4.7 Publikasi Desa Wisata Kampung Patin di Instagram 51

Gambar 4.8 Publikasi Desa Wisata Kampung Patin di *Youtube* 52

Gambar 4.9 Postingan *Facebook* Desa Wisata Kampung Patin.....52

Gambar 4.10 Promosi POKDARWIS 53

Gambar 4.11 Publisitas Melalui Media Massa 57

Gambar 4.12 Video Dokumenter Dari iNews 58

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draft Wawancara
Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara
Lampiran 3 : Surat Izin Riset
Lampiran 4 : Biodata Peneliti

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Abstrak

IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA PROVINSI RIAU (POSE) DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA KAMPUNG PATIN

Imam Aulia
189110183

Riau merupakan salah satu Provinsi yang memiliki potensi pariwisata unggulan. Dengan wilayah yang cukup luas, tidak dipungkiri Provinsi Riau memiliki berbagai keindahan alam dan budaya yang dapat dikembangkan dalam bentuk pariwisata salah satunya Desa Wisata Kampung Patin yang terletak di Kec. XIII Koto Kampar Kab. Kampar Provinsi Riau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi dari strategi komunikasi pemasaran (POSE) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin telah menggunakan strategi (POSE). Implementasi tersebut dapat dilihat dari pemanfaatan media luar ruangan serta media elektronik dan media sosial seperti *instagram, youtube, facebook, website* dan aplikasi. Serta kegiatan endorser yaitu bekerja sama dengan influencer atau content creator dalam mempromosikan desa wisata kampung patin.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi pemasaran, POSE, Dinas Pariwisata Provinsi Riau, Desa Wisata Kampung Patin

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Abstract

IMPLEMENTATION OF THE MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY OF THE RIAU PROVINCE TOURISM SERVICE (POSE) IN INCREASING TOURIST VISITS IN THE TOURISM VILLAGE OF PATIN

Imam Aulia
189110183

Riau is one of the provinces that has excellent tourism potential. With a fairly large area, it is undeniable that Riau Province has a variety of natural and cultural beauties that can be developed in the form of tourism, one of which is the Kampung Patin Tourism Village located in the district. XIII Koto Kampar Kab. Kampar Riau Province. The purpose of this study was to determine the implementation of the marketing communication strategy (POSE) carried out by the Riau Province Tourism Office in increasing tourist visits in the Kampung Patin Tourism Village. The method used in this study is a qualitative approach by conducting observations, interviews and documentation. The results showed that the Riau Province Tourism Office in increasing tourist visits in the Kampung Patin Tourism Village had used the (POSE) strategy. This implementation can be seen from the use of outdoor media as well as electronic media and social media such as Instagram, YouTube, Facebook, websites and applications. As well as endorser activities, namely collaborating with influencers or content creators in promoting the Kampung Patin tourist village.

Keywords: Marketing Communication Strategy, POSE, Riau Province Tourism Office, Patin Village Tourism Village

الملخص

في زيادة الزيارات (POSE) تنفيذ استراتيجية الاتصالات التسويقية لخدمة السياحة في مقاطعة رياو السياحية في قرية كامبونغ باتين السياحية

الإمام أولياء

189110183

رياو هي إحدى المقاطعات التي تتمتع بإمكانيات سياحية ممتازة. مع مساحة كبيرة إلى حد ما ، لا يمكن إنكار ، أن مقاطعة رياو بها مجموعة متنوعة من الجمال الطبيعي والثقافي الذي يمكن تطويره في شكل سياحة .كوتو كامبار كاب. مقاطعة كامبار رياو XIII .أحدها قرية كامبونج باتين السياحية الواقعة في المنطقة التي نفذها مكتب (POSE) كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تنفيذ استراتيجية الاتصال التسويقي السياحة في مقاطعة رياو في زيادة الزيارات السياحية في قرية كامبونج باتين السياحية. الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي نهج نوعي من خلال إجراء الملاحظات والمقابلات والتوثيق. أظهرت النتائج أن مكتب السياحة في مقاطعة رياو في زيادة الزيارات السياحية في قرية كامبونج باتين السياحية قد استخدم يمكن رؤية هذا التنفيذ من خلال استخدام الوسائط الخارجية وكذلك الوسائط .(POSE) استراتيجية والمواقع Facebook و YouTube و Instagram الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل والتطبيقات. بالإضافة إلى أنشطة الداعمين ، أي التعاون مع المؤثرين أو منشئي المحتوى في الترويج .لقرية كامبونج باتين السياحية

مكتب السياحة في مقاطعة رياو ، قرية باتين ، POSE ، الكلمات الرئيسية: استراتيجية الاتصال التسويقي السياحية

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi pemasaran pada hakikatnya berasal dari dua unsur pokok, yaitu "komunikasi" dan "pemasaran". Komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu, sedangkan pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan atau organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) tentang informasi produk, jasa dan ide antara mereka dengan pelanggannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran atau *marketing communications* adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Dalam praktiknya, komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau dan pelaku bisnis untuk memperkenalkan serta mempromosikan produk/*brand* pariwisatanya sehingga dapat menarik perhatian wisatawan.

Pariwisata merupakan salah satu produk bisnis modern. Semua produk pariwisata dibentuk sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, venue rekreasi, atraksi seni dan paket-paket wisata yang menarik. Berkembangnya pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian,peternakan,perkebunan,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kerajinan rakyat, kesempatan penempatan kerja dan sebagainya. Sektor pariwisata juga sudah menjadi sebuah industri yang menjanjikan bagi daerah-daerah yang memiliki potensi obyek-obyek pariwisata.

Berdasarkan TAP MPR No. IV/MPR/1978, bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan pekerjaan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian lokal. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijakan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan. Hal ini juga sejalan dengan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan digariskan bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan bangsa Indonesia.

Riau termasuk salah satu Provinsi yang memiliki potensi pariwisata unggulan. Pariwisata Riau memiliki potensi untuk dijadikan sebagai daerah wisata budaya atau pun alam. Potensi pariwisata yang dimiliki Provinsi Riau tentunya dapat membantu memajukan pendapatan daerah. Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Riau dapat menjadi lahan yang sangat menguntungkan bagi daerah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Salah satu cara yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan ekonomi adalah dengan mengembangkan desa wisata. Desa Wisata adalah suatu objek wisata yang memiliki tujuan agar para sekelompok wisatawan dapat menikmati dengan melihat serta mengamati lokasi wisata yang telah dipilih. Desa wisata adalah salah satu bentuk dari penggabungan pada atraksi serta sarana yang mendukung serta dilaksanakan dalam bentuk kehidupan masyarakat yang terstruktur dengan berbagai upaya tradisi dan tata cara yang berlaku (Menteri Kebudayaan dan Pariwisata 2010).

Desa Wisata Kampung Patin adalah sebuah desa yang terletak di Koto Kampar yang dapat ditempuh via perjalanan darat dengan estimasi waktu tempuh dari Kota Pekanbaru sekitar dua jam. Sebuah gapura sebagai petunjuk lokasi berdiri di depan, tepat di tepi ruas jalan lintas Riau-Sumatera Barat. Desa wisata kampung patin ini memiliki potensi objek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Selain potensi objek wisatanya yang indah, desa wisata kampung patin juga memiliki potensi perikanan melalui usaha budidaya kolam seluas kurang lebih 230 Ha dari luas wilayah keseluruhan desa tersebut seluas 425,5 Ha. Ikan patin merupakan salah satu ikan yang utama dibudidayakan di Desa Koto Mesjid dengan jumlah produksi ikan patin mencapai kurang lebih 6 ton per hari atau sekitar 2.190 ton per tahun dengan jumlah kolam sekitar 776 kolam dengan total luas sebesar 52 Ha (Dinas Perikanan Kabupaten Kampar, 2013 dalam Hasniber et al, 2014).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kampung Patin ini dulunya salah satu desa yang ditenggelamkan karena dibangunnya PLTA Koto Panjang. Warganya direlokasi ke tempat yang lebih tinggi dan sekarang namanya koto Mesjid atau lebih dikenal kampung Patin. Berdasarkan pra wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwasannya "Di Kampung ini hampir tidak ada rumah tanpa kolam ikan. Terdapat 776 kolam ikan, dimana luas semua kolam mencapai 42 hektare. Sebagian besar warga memiliki kolam ikan berukuran 5x5 meter dan menopang ekonominya dari hasil pengolahan ikan patin ini dengan berbagai cara pengolahan ikan patin. Jumlah produksi ikan patin per harinya cukup besar yaitu berkisar 3-4 ton. Selain itu, wisatawan juga bisa menikmati wisata alam lainnya seperti sungai gagak dan puncak kompe, serta kerajinan tangan dan kuliner." (Wawancara dengan Suhaimi 01 Juli 2022).

Gambar 1.1 Kolam Ikan Patin

Sumber : Dok Peneliti, 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Karena keunikannya pada ikan patin sehingga olahan atau produknya dibuat menjadi berbagai macam seperti otak-otak, nugget, kerupuk ikan, burger patin, mpek-mpek patin dan sebagainya. Selain itu, bagi wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh khas kampung patin juga terdapat banyak souvenir yang dibuat langsung oleh masyarakat sekitar. Selain itu, Desa Wisata Kampung Patin juga memiliki tempat wisata andalan yang tak kalah menarik selain wisata Kampung Patin di antaranya adalah wisata Sungai Gagak, Puncak Kompe dan Lembah Aman. Dan sekarang telah disediakan juga homestay untuk para wisatawan yang ingin menginap di Desa Wisata Kampung Patin ini.

Desa Wisata Kampung Patin menjadi desa wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di Kabupaten Kampar, terhitung wisatawan mancanegara dan lokal yang berkunjung ke Desa Wisata Kampung Patin sebanyak 37.082 orang. Destinasi wisata andalan yang ada di sekitar desa wisata juga ramai dikunjungi oleh wisatawan, seperti Puncak Kompe yang dikunjungi sebanyak 21.334 orang di tahun 2021. Banyaknya kunjungan wisata ini tentunya akan berdampak pada pendapatan daerah Provinsi Riau terutama Kabupaten Kampar. (Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2021).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin

27	Dermaga Tepian Mahligai	8,593	8,124	7,954	2,213	6,523	4,268	3,524	PPKM	3,864	3,775	3,887	15,658	68,383
28	Dermaga Tepian Mahligai 2	4,651	4,378	4,214	1,849	3,559	2,265	1,655	PPKM	1,770	1,793	1,855	10,325	38,314
29	Desa dan Hutan Wisata Buluh Cina	781	842	687	622	886	863	754	PPKM	639	744	761	803	8,382
30	Desa Wisata Pulau Belimbing	547	396	417	343	516	569	493	PPKM	371	401	486	543	5,082
31	Desa Wisata Kampung Patin	4,552	4,302	4,251	796	3,596	3,448	2,911	PPKM	3,215	3,297	3,325	3,389	37,082
32	Fada Camping Ground	712	652	625	136	368	256	180	PPKM	160	165	178	856	4,288
33	Henferd Land	4,323	4,278	4,352	1,632	5,390	5,221	3,584	PPKM	3,783	3,845	3,157	5,245	44,810
34	Hutan Rumba Tujuh Danau	209	194	187	106	462	432	307	PPKM	294	289	265	352	3,097
35	Istana Kerajaan Gunung Sahilan	248	192	204	167	291	283	214	PPKM	142	195	223	232	2,391

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Selain dikunjungi banyak wisatawan, desa wisata ini menjadi salah satu desa wisata unggulan di Provinsi Riau yang telah mengharumkan nama Provinsi Riau di kancah nasional dengan beberapa penghargaan yang diraihnya. Berdasarkan pra wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwasannya "Desa wisata kampung patin pada tahun 2021 ini menjadi satu-satunya perwakilan desa wisata dari provinsi Riau yang termasuk kedalam 50 daftar desa wisata terbaik Se-Indonesia pada ajang ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia). Hal ini tentunya menjadi perkembangan yang sangat baik pada sektor pariwisata Provinsi Riau.

Selain itu, Desa Wisata Kampung Patin di tahun 2020 juga mendapatkan penghargaan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI sebagai desa wisata dengan program pelatihan dan pendampingan SDM pariwisata yang dilakukan oleh STP Riau. Kegiatan yang dilakukan dalam pendampingan ini antara lain ToT (*Training of Trainer*) bagi pengajar dan dosen yang mendampingi desa wisata dengan ruang lingkup materi sadar wisata, sapta pesona, CHSE (*cleanliness, health,*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

safety dan *environment sustainability*), pelayanan prima melalui *exploring, packaging, presentation* dan pengembangan potensi produk pariwisata (Riau Online.co.id , 2020)

Program pengembangan Desa Wisata Kampung Patin ini digagas oleh pihak SKK Migas- PT Chevron Pacific Indonesia dengan menggandeng STP Riau untuk melatih dan membimbing masyarakat dalam meningkatkan keterampilan di bidang pemandu wisata, identifikasi potensi destinasi wisata, kuliner, *souvenir* dan *homestay*. Dalam mengembangkan program pariwisata, konsep yang digunakan oleh pihak penggagas adalah *community based tourism* atau wisata berbasis komunitas (CBT).

C*ommunity based tourism* merupakan konsep peningkatan dan pengembangan suatu objek wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal yang berpacu pada aspek keberlanjutan lingkungan, budaya dan sosial. Tujuan program ini adalah untuk membangun keterampilan komunitas dan menjaga konservasi lingkungan (Riau Online.co.id, 2020).

Penghargaan yang diraih oleh Desa Wisata Kampung Patin tidak terlepas dari peran Dinas Pariwisata yaitu melalui promosi. “Promosi merupakan jenis komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan kepada calon konsumen terkait produk atau jasa. Promosi digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak tentang produk dan membujuk target pasar untuk dapat membeli produk yang ditawarkan” (Alma, 2006 : 179).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dalam mempromosikan produk pariwisatanya, Dinas Pariwisata memiliki strategi yang dikenal dengan istilah POSE (*paid media, owned media, social media* dan *endorser*). *Paid media* merupakan aktivitas promosi dengan memasang iklan pada *space* berbayar. *Owned* media dilakukan dengan pemanfaatan media internal Dinas Pariwisata Provinsi Riau, di antaranya *website* dan majalah. *Social media* digunakan untuk membangun hubungan keterkaitan antara *buyer* dan *sales* dimana media sosial yang dipakai Dinas Pariwisata sebagai alat promosi antara lain *facebook, instagram* dan *twitter*. Sedangkan *endorser* merupakan upaya yang dilakukan untuk mengembangkan strategi komunikasi pariwisata melalui *key opinion leader* (KOL) yang mampu memberikan daya tarik khalayak.

Strategi promosi ini turut diimplementasikan pada Desa Wisata Kampung Patin melalui penggunaan media sosial seperti *facebook, instagram* dan *youtube*. Kemudian melalui keikutsertaan ajang pariwisata nasional yaitu ADWI dan melibatkan kegiatan promosi melalui instagram komunitas-komunitas lokal yang dikelola oleh kawula muda setempat, seperti *@kamparsky.id, @explorekampar, @seputarkampar* dan sebagainya. Aktivitas promosi yang dilakukan ini cukup berhasil sehingga berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Kampung Patin dan perolehan *award* yang didapat sebagai salah satu Desa Wisata Terbaik Se-Indonesia melalui Kemenpar RI. Sehingga dapat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dikatakan bahwa promosi menjadi senjata yang ampuh dalam mempertahankan dan mengembangkan segala produk wisata.

Gambar 1.3 Aktivitas Promosi Melalui *Instagram*

Sumber:Instagram : @pariwisata.riau

Oleh sebab itu, penulis sangat tertarik untuk dapat mengetahui **"Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin"**. Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan gambaran konsep strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Kampung Patin secara keseluruhan sehingga dapat diimplementasikan oleh desa-desa wisata lainnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. IDENTIFIKASI MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

a. Penulis mengkaji terkait proses Implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin.
b. Penulis menganalisis ketepatan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin.

C. FOKUS PENELITIAN

Dari identifikasi masalah yang ada di atas, maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin.

D. RUMUSAN MASALAH

Menurut paparan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat ditentukan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin".

E. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang hendak diraih adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin, serta menjadi bahan evaluasi dalam proses pemasaran pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

F. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

   Penulis berharap penelitian ini dapat memberi pengetahuan, wawasan serta pengalaman tentang strategi komunikasi pemasaran bagi siapapun yang membacanya. Selain itu, penulis berharap dengan adanya penelitian yang dilakukan penulis dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki relevansi topik terkait komunikasi pemasaran pariwisata.

2. Manfaat Praktis

   Penulis berharap penelitian ini bisa menjadi arsip bagi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dan dapat dijadikan bahan evaluasi dalam peningkatan strategi komunikasi pemasaran yang berguna untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menarik lebih banyak wisatawan baik lokal maupun mancanegara berkunjung ke daerah Riau.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Pengertian Implementasi

Pengertian Implenetasi menurut kadir adalah kegiatan yang dilakukan untuk menguji data dan menerapkan system yang diperoleh dari kegiatan seleksi. Jadi dapat disimpulkan bahwa implementasi merupakan proses untuk menguji antara konsep dengan konseptual atau antara tex dan kontek. Selanjtnya menurut fullan implenetasi adalah suatu proses untuk melaksanakan ide, program atau seperangkat aktifitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan perubahan. Beradasarkan pengertian diatas dapat di simpulakan bahwa implentasi adalah suatu proses untuk menilai, mengevaluasi dan mengukur apakah suatu peraturan atau kebijakan dapat berjalan dengan baik atau tidak, dengan begitu maka akan di nilai apakah harus ada evaluasi atau tidak terhadap program tersebut.

2. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi bermula dari bahasa Yunani klasik “stratos” yang memiliki makna tentara dan kata “*agein*” yang memiliki makna pemimpin, oleh karena itu strategi komunikasi memiliki arti tentara. Pada dasarnya kata dan asal dari strategi sangat melekat pada konsep komunikasi. Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan serta manajemen dalam pencapaian suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan perpaduan terbaik dari semua elemen komunikasi baik dari pesan, orang yang menyampaikan pesan,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

penyalur pesan, penerima pesan hingga pengaruh (efek) yang dipersiapkan agar tujuan dari komunikasi tersebut berjalan secara optimal. Menurut Onong (2009:35) pada penyusunan strategi komunikasi maka akan lebih baik dicermati apa saja komponen dari komunikasi serta faktor pendukung dan penghambat dari komponen-komponen tersebut. Adapun korelasi dari komponen dalam penyusunan strategi komunikasi diantaranya :

a) Mengidentifikasi dari sasaran komunikasi

Pada penyusunan strategi akan lebih baik kita terlebih dahulu mengenali atau mengidentifikasi siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal tersebut bertujuan agar komunikasi yang dijalani sesuai dengan rencana. Segala bentuk keinginan baik dari semua pihak yang terlibat dalam proses strategi komunikasi merupakan bentuk dari strategi yang mudah diterima oleh pihak lain.

b) Penentuan media komunikasi

Agar mencapai tujuan dari sasaran komunikasi kita dapat menentukan media komunikasi apa yang akan digunakan baik berupa cetak maupun elektronik. Penentuan tersebut sesuai dengan tujuan masing-masing, pesan yang akan disampaikan serta teknik yang diimplementasikan.

c) Pandangan dari tujuan pesan komunikasi

Pesan komunikasi yang disampaikan tentunya memiliki tujuan tertentu. Dalam upaya melancarkan sebuah pesan komunikasi tentunya kita harus menghindari penggunaan kata-kata yang kandungannya adalah konotatif.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jika harus menggunakan kata konotatif maka harus dimaknai dengan penjelasan yang tepat.

d) Fungsi komunikator pada komunikasi

Seorang komunikator harus bersikap empati dalam menghadapi komunikan. Dimana merupakan bentuk kemampuan dalam memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Adanya strategi komunikasi menjadikan suatu tindakan dalam pencapaian target-target komunikasi yang telah dirancang guna sebagai target perubahan.

Jika sasaran komunikasi adalah bagaimana bentuk melihat orang sadar maka strategi komunikasinya yaitu bagaimana mengkomunikasikan sebuah pengetahuan yang diinginkan seseorang agar mereka sadar akan kebutuhan suatu produk tersebut. Jika sasaran komunikasinya ingin melihat orang perhatian kepada suatu produk maka strateginya adalah mengalihkan perhatian seseorang dengan pengetahuan akan suatu produk menjadi bentuk perhatian terhadap produk tersebut. Dan sama dengan jika sasaran komunikasinya adalah bentuk loyalitas seseorang maka strategi komunikasi adalah bagaimana caranya agar kita bisa merubah perhatian orang tersebut menjadi memilih tindakan membeli atau memiliki produk tersebut.

3. POSE

Dalam memasarkan Desa Wisata Kampung Patin Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah memiliki strategi yang biasa disebut dengan POSE (*paid media, owned media, social media* dan *endorser). Paid media* didefinisikan sebagai media yang dibayar untuk mempromosikan produk atau brand dari

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

suatu lembaga perusahaan yang dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau.melalui pemanfaatan media online berbayar baik media nasional maupun lokal seperti seperti merdeka, detik.com, Haluan Riau, Riau Pos, cakaplah.com. *Owned media* merupakan media internal yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan produk wisatanya. Adapun media internal yang dipakai antara lain website, aplikasi berbasis android JEMARI dan Dewi Riau. Kemudian, *social media* yang dimanfaatkan dalam aktivitas promosi desa wisata kampung patin antara lain instagram, facebook dan youtube. Strategi terakhir yaitu *endorser*, pada strategi ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau mendatangkan influencer atau content creator dari nasional maupun lokal untuk memeriahkan acara.

4. Wisatawan

Sesuai dengan pasal 5 Resolusi Dewan Ekonom dan Sosial Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 870, yang dimaksud dengan wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya. Wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu (Spillane, 2003). Sedangkan UU RI Nomor 9 Tahun 1990 dalam (Yoeti, 2007), mendefinisikan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan pengertian wisatawan diatas, adapun bagian-bagian yang termasuk di dalamnya, yaitu :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Wisatawan (*Tourist)*

   Yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal 24 jam di negara yang dikunjunginya

2. Pelancong (*excursionist)*

   Yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjunginya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar).

Jenis dan macam wisatawan yang terlihat dari sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana wisata itu dilakukan, wisatawan dapat digolongkan sebagai berikut :

1. *Foreign tourist*

   Wisatawan asing merupakan orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana wisatawan tersebut menetap. Wisatawan asing bagi suatu negara dapat ditandai dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan yang dimilikinya serta dari jenis mata uang yang di belanjakannya, karena pada umumnya golongan wisatawan ini hampir selalu menukarkan uangnya terlebih dahulu pada *Bank* atau *Money Changer* sebelum berbelanja.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. *Domestic Foreign Tourist*

   Wisatawan asing yang menetap pada suatu negara berwisata di wilayah negara tempat tinggalnya. Wisatawan tersebut bukan warga negara dimana ia berada, melainkan adalah warga negara asing yang karena tugasnya gingga kedudukannya menetap dan tinggal pada suatu negara serta memperoleh penghasilan dengan mata uang negara asalnya.

3. *Domestic Tourist*

   Yaitu seorang warga negara yang berwisata dalam batas wilayah negaranya sendiri.

4. *Indigenous Foreign Tourist*

   Warga negara suatu negara tertentu yang bertugas atau menjabat di luar negeri, kembali ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.

5. *Transit Tourist*

   Wisatawan yang berwisata ke suatu negara, yang menggunakan transportasi dan terpaksa singgah pada suatu pemberhentian seperti stasiun, bandar udara, dan bukan atas keinginan sendiri.

6. *Business Tourist*

   Wisatawan yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain bukan untuk berwisata, akan tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya telah terselesaikan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Desa Wisata

Desa wisata merupakan bentuk dari penggabungan sebuah akomodasi, atraksi serta fasilitas yang ditampilkan pada tatanan kehidupan bermasyarakat yang tergabung dengan tradisi serta tata cara yang sedang terlaksana. Desa wisata mempunyai keunikan tersendiri baik berupa fisik dalam lingkungan, sosial budaya masyarakat, adat istiadat, aktivitas spiritual, keindahan alam serta kegiatan perekonomian. Keunikan tersebut disajikan secara murni dan menjadikan perdesaan menampilkan daya tarik yang menggerakkan wisatawan untuk berkunjung ke desa tersebut. (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011:1).

Pariwisata dalam bentuk desa wisata termasuk pada bentuk usaha dalam lingkup kecil yang membutuhkan biaya modal yang cukup sederhana, menggunakan pemanfaatan sumber daya setempat serta dimiliki dan diolah oleh masyarakat lokal. Kunci utama dari pariwisata desa yaitu keunikan desa itu sendiri, orisinil adat istiadat, budaya serta aktivitas *daily life* keseharian masyarakat. Yang mempengaruhi aspek tersebut biasanya adalah keadaan ekonomi, sosial dari daerah perdesaannya, tata ruang, warisan budaya, *history* dan budaya yang termasuk penting dan pengetahuan khas dari daerah tersebut.

Dengan adanya desa wisata menjadikan desa sebagai media untuk pengembangan identitas dan ciri khas daerah yang sesuai dengan prinsip serta tata cara adat setempat. Dengan melakukan berbagai cara diantaranya melakukan pengembangan produk desa wisata serta dapat memberikan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kesempatan kepada masyarakat lokal agar dapat mengendalikan berbagai strategi dan kegiatan tersebut (Nasikun, 1997: Fagance, 1997). Salah satu bentuk wujud pengembangan dari sebuah pariwisata perdesaan adalah desa wisata.

Menurut (Suwantoro, 1997) desa wisata merupakan bentuk wilayah yang menyuguhkan suasana unik dari suatu pedesaan baik dari tata ruang, adat istiadat, sosial budaya serta pola kehidupan. Tidak hanya itu, desa wisata juga mampu menyediakan berbagai komponen-komponen yang dibutuhkan oleh wisatawan baik berupa akomodasi, cinderamata serta atraksi-atraksi wisata. Sedangkan edward inskeep dalam *tourism planning an integrated and sustainable development approach* mendefinisikan desa wisata sebagai berikut : *Village tourism is where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment* (Desa wisata adalah dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal atau dekat dengan suasana tradisional sering di desa terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan dan lingkungan setempat. (Inskeep, 1991).

Oleh karena itu perkembangan desa wisata benar-benar diharapkan dapat menyajikan suasana pedesaan. Hal ini bermakna produk dari desa wisata diterapkan untuk interaksi budaya antar sesama manusia dan manusia ke alam. Pengembangan dari sebuah desa wisata adalah bentuk topik yang cukup sensitif jika terjadi kesalahan terhadap pengelolaan dan akan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berdampak buruk terhadap keberadaan dari tempat desa wisata itu di kembangkan (Pitana, 1999:105).

B. Definisi Operasional

1. Wisatawan

Adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke suatu tempat dengan tujuan menikmati perjalanan dan kunjungannya.

2. Desa Wisata

Merupakan sebuah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri dan daya tariknya dapat memberdayakan dan mengembangkan segala potensi dan produk untuk menarik kunjungan wisatawan ke desa tersebut.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (th)	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Alat Analisis/Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Cristina Ratu dan I Made Adikampana a (2016)	***Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana***	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kab. Jembrana	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif melalui pendekatan SWOT dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka dan wawancara.	Hasil analisis menunjukkan bahwa *strength*, *weakness* dan *opportunity* dari Desa Blimbingsari dapat menciptakan strategi yang mendukung

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

					pemasaran desa wisata tersebut. Berdasarkan analisis melalui pendekatan SWOT, strategi tersebut antara lain SO *strategy* yang merupakan kemasan produk, WO *strategy* yaitu promosi, ST *strategy* yaitu reposisi suatu produk dan WT *strategy* adalah memberikan layanan tambahan bagi wisatawan
2	Encang Saepudin Agung, Budiono Asep dan Saeful Rohman (2016)	***Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Wisata Agro di Kabupaten Bandung Barat***	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam pengembangan desa wisata agro di Kabupaten Bandung Barat	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, *focus group discussion*, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan studi kasus sebagai pendekatan penelitian yang mencakup studi tentang suatu kasus dalam kehidupan nyata dalam konteks *setting* kontemporer	Desa yang memiliki potensi sebagai Desa Agrowisata di Kabupaten Bandung Barat, perlu diadakannya pola pembinaan agrowisata agar para pelaku pariwisata dan pelaku pertanian secara sinergis dapat merencanakan, menyusun, memprogramkan agrowisata yang bermanfaat bagi masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Dalam hal ini perlu adanya komunikasi yang baik antar pihak. Dengan terjalinnya komunikasi yang baik antar pihak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

					maka harmonisasi sosial dalam pengembangan desa wisata agro ini akan tercapai. Strategi komunikasi sangat penting karena ia merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning)* dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan.
3	Rimas Martiarini (2017)	***Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Ketenger Baturraden***	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat Desa Ketenger Baturraden dan bagaimana strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat Desa Ketenger Baturraden dalam perspektif Islam.	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan pada data subjek penelitian dilakukan melalui observasi, studi pustaka dan wawancara.	Penelitian ini menghasilkan terdapat 8 strategi yang digunakan dalam pengembangan desa wisata diantaranya adanya sebuah bentuk koordinasi dari pengelola dengan masyarakat, adanya berbagai fasilitas dari pemerintah dalam pengelolaan desa wisata, memperluas abstraksi pada wisata, melakukan promosi pada desa wisata ketenger, adanya akomodasi yang tersedia, penganalisisan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

					program pada kelembagaan, mengelola berbagai bentuk souvenir serta penyediaan fasilitas umum.
4	Dewi Fatikhatuz Zahro (2012)	***Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Kelor, Sleman, Yogyakarta)***	Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Kelor dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan pada data pada subjek penelitian dilakukan melalui observasi, studi pustaka dan wawancara.	Penelitian ini menghasilkan pembahasan pada penanganan Desa Wisata Kelor dirasa kurang maksimal. Hal tersebut dapat dilihat dari penurunan jumlah kunjungan wisatanya pada tahun 2010-2011 dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 2009-2010. Desa Wisata Kelor menggunakan media promosi melalui facebook, blog, dan web hosting untuk komunikasi pemasaran terpadu. Hambatan yang terjadi adalah tidak berjalan dengan maksimal. Desa Wisata Kelor belum memaksimalkan beberapa unsur komunikasi pemasaran terpadu sehingga dapat meningkatkan jumlah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

					kunjungan wisata.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut pandangan (Creswell & Creswell, 2018:41) penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam memahami arti dari masalah sosial individu atau kelompok. Dalam penelitian akan melibatkan berbagai jenis pertanyaan yang muncul dan metode yang biasanya dikumpulkan dalam pengaturan peserta, analisis dari data serta keterangan untuk tema umum serta peneliti mewujudkan interpretasi dari makna data. Metode kualitatif ini akan menghasilkan data secara rinci tentang orang-orang yang terbatas dan per kasus. Kerincian data kualitatif dilihat dari pengutipan secara langsung dan penjelasan mengenai situasi program, kejadian, interaksi, orang serta perilaku yang teramati.

Menurut (Bogdan & Tylor,1975:5) penelitian kualitatif merupakan metode yang pada pelaksanaannya akan menghasilkan suatu data deskriptif. Metode ini memiliki tujuan agar dapat mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian sering disebut sebagai informan, yaitu orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait situasi dan kondisi tempat penelitian (Moleong, 2010:132). Definisi lain juga dikemukakan oleh Moeliono (1993:862), dimana subjek penelitian sebagai orang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan kedua pengertian tersebut, peneliti mendeskripsikan subjek dari penelitian yang penulis lakukan adalah Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

Spradley (2007:68) mengelompokkan lima persyaratan untuk memilih informan atau subjek penelitian dengan baik, yaitu informan yang terakulturasi dengan kebudayaannya, terlibat langsung dalam peristiwa budaya yang diteliti, mempunyai cukup waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian, mengetahui secara detail mengenai suasana kebudayaan yang tidak dikenal etnografer dan informan yang selalu menggunakan bahasa mereka untuk menggambarkan berbagai kejadian dan tindakan dengan cara yang hampir tanpa analisis mengenai arti atau signifikansi dari kejadian dan tindakan itu.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pemilihan subjek *purposive sampling. Purposive sampling* merupakan teknik atau metode penelitian dengan pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan dan pertimbangan yang berlaku (Melati,2007:37). Dalam penelitian ini, pemilihan informan yang dilakukan peneliti sudah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dianggap layak dan memiliki kredibilitas untuk dijadikan informan. Adapun subjek/informan dalam penelitian ini yaitu :

Tabel 3.1 Tabel Informan Penelitian

NO	Nama	Jabatan
1	Rakhmat Roni, S.STP,M.Si	Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Riau
2	Syarifah Perita Musfita S.E	Kepala Seksi Pengembangan SDM Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Riau
3	Rizki Hidayat	POKDARWIS Desa Wisata Kampung Patin
4	Suhaimi	Pembudidaya Ikan Patin

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu hal yang menjadi titik fokus dari suatu penelitian. Titik fokus tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan yaitu teori komunikasi pemasaran terpadu yang di dalamnya membahas promotion mix.

Objek dari penelitian ini adalah semua aspek kegiatan pemasaran yang disampaikan kepada masyarakat terkait dengan Desa Wisata Kampung Patin termasuk bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Alasan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

penulis memilih objek ini sebagai sumber data adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Penelitian ini dilakukan sejak September 2021 hingga saat ini.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.2 Rencana Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2021-2022																											
		SEP				OKT				NOV				DES				JAN				FEB				MAR			
			2	3	4	1	2											1	2	3		1	2		4		2		
1	Persiapan dan Penyusunan UP				X	X	X	X	X	X	X	X	X																
2	Seminar UP													X															
3	Revisi																												
4	Penelitian Lapangan																	X											
5	Pengelolaan Data dan Analisis Data																	X	X										
6	Konsultasi Bimbingan																		X	X		X	X						

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	skripsi																											
7	Ujian Skripsi																							X				
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi																									X		
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																									X		

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data sebagai berikut

1. Data Primer

   Data primer adalah sumber data dalam pemberian informasi dilakukan secara langsung kepada pengumpul data penelitian (Sugiyono,2014:225). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau dan Pengelola Desa Wisata Kampung Patin.

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti buku, jurnal, surat kabar serta gambar (Sugiyono,2012:225). Pada penelitian ini data sekunder dapat disajikan dalam bentuk dokumen hasil observasi dan wawancara lapangan sebagai bahan penunjang informasi penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong,2000:150). Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan, peneliti melakukan tanya jawab secara langsung, dengan pedoman alat yang disebut *interview*. Pihak yang akan diwawancarai adalah bidang pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau dan pengelola Desa Wisata Kampung Patin.

2. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan cara melihat secara langsung kejadian secara sistematik, guna memperoleh fakta-fakta dan keterangan sehingga subjek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian (Moleong:2005). Dalam penelitian ini, peneliti akan secara langsung melakukan observasi dengan melihat bentuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan kunjungan di Desa Wisata Kampung Patin.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk menunjang data penelitian seperti foto, catatan pribadi, dan berita melalui media massa (Moleong:2005).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini berbentuk gambar seperti foto yang merupakan pendukung bagi hasil dan bukti pada penelitian ini.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pemeriksaan data atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data (Triangulasi Sumber) yaitu dengan membandingkan data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara data membandingkan wawancara dengan isi yang berkaitan (Moleong,2014:178 dalam (Musli:2016).

Menurut Bachir (2010:55) dalam (Gunawan,2016:218) Triangulasi adalah suatu pendekatan analisis data yang mensintesis data dari berbagai sumber. Dengan mengumpulkan data melalui metode yang berbeda dan dalam populasi informan yang berbeda. Tujuan teknik triangulasi adalah untuk memeriksa data secara sederhana yang dapat disimpulkan sebagai upaya mengecek data dalam penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang terpenting untuk memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Analisis data merupakan proses pengumpulan data agar dapat diartikan atau ditafsirkan. Analisis data

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dilakukan pada saat mengumpulkan data dan setelah pengumpulan data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis kualitatif yaitu metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis (Adi, 2004,117).

Miles dan Huberman mengemukakan (dalam Basrowi dan Suwandi,2008:209) terdapat tiga kegiatan yang dilakukan dalam melakukan analisis data di antaranya:

a) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstrakan dan pentransformasian data kasar yang diambil dari lapangan. Hal utama dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data menjadi bentuk tulisan yang akan dianalisis.

b) Penyajian Data

Setelah data-data tersebut terkumpul kemudian peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok-kelompok agar peneliti lebih mudah untuk melakukan pengambilan kesimpulan.

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahapan ini, peneliti membandingkan data-data yang sudah didapat dengan data-data hasil wawancara dengan subjek dan informan yang bertujuan untuk menarik kesimpulan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Dinas Pariwisata Provinsi Riau

a. Sejarah Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Sejarah terbentuknya Dinas Pariwisata diawali dari sistem pemerintahan negara Kesatuan Republik Indonesia sebelum reformasi. Saat itu sistem pemerintahan dipegang penuh oleh Pemerintah Pusat yang mana segala bentuk persoalan ataupun urusan Pemerintahan Daerah diatur oleh pusat mulai dari aspek kebijakan daerah maupun keuangan. Sebelum reformasi Pemerintah Provinsi Riau disebut dengan Pemerintah Daerah Tingkat 1 Riau serta Departemen Pos dan Telekomunikasi Provinsi Riau.

Pemerintah RI setelah reformasi mengeluarkan UU No.32 Tentang Otonomi Daerah yang mana daerah diberikan hak penuh untuk mengurusi rumah tangganya sendiri sehingga sebagian aset pemerintahan pusat yang ada di daerah diserahkan daerah sehingga bersatulah antara Dinas Pariwisata Daerah Tingkat 1 Riau, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan serta Departemen Pos dan Telekomunikasi.

Pada tahun 2003, Pemerintah Daerah Riau mengeluarkan PERDA yang di dalamnya berisi tentang pembentukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Provinsi Riau. Kemudian di tahun 2009, Pemerintah Daerah Provinsi Riau mengeluarkan PERDA No. 9 Tahun 2009 tentang struktur organisasi, tata kerja perangkat daerah Provinsi Riau hingga terbentuklah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau sampai sekarang.

Dikeluarkannya PERGUB Provinsi Riau No. 2 Tahun 2014 membuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Riau harus mengganti namanya menjadi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau. Pergantian nama ini secara resmi dilakukan pada 23 Februari 2015 dan di dalam PERGUB Provinsi Riau tersebut menjelaskan tentang nama, rincian tugas dan fungsi serta tata kerja segala perangkat di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau. Kemudian, pada tahun 2017 lembaga pariwisata ini harus kembali mengganti namanya menjadi Dinas Pariwisata Provinsi Riau sesuai dengan lahirnya PERGUB Provinsi Riau No. 85 Tahun 2016.

b. Logo Branding Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Gambar 4.1 Logo Branding Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Sumber : Pariwisata.riau.go.id

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Riau *The Homeland of* Melayu merupakan branding yang dibuat oleh Pemerintah Provinsi Riau sebagai tujuan untuk mempromosikan berbagai potensi wisata unggulan yang ada di Provinsi Riau sehingga hal ini mampu meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara, memacu citra dan daya saing daerah di kancah nasional serta menggerakkan roda perekonomian.

1. Konsep Logo

Riau *The Homeland of* Melayu berarti "Riau Tumpah Darah Melayu". Riau menjadi kawasan yang terletak di jantung alam Melayu. Provinsi Riau memelihara, membela, mengamalkan serta mengembangkan nilai-nilai budaya Melayu dalam rentang sejarah yang panjang dan dari masa ke masa. Logo ini berbentuk perahu lancang kuning yang dilambangkan sebagai kekuasaan dan kejayaan Melayu selaras denhgan cita-cita Provinsi Riau sebagai pusat perekonomian dan kebudayaan Melayu dalm lingkungan masyarakat yang sejahtera lahir batin serta agamis di Asia Tenggara.

2. Filosofi Warna

Warna hijau melambangkan kesuburan, pembaharuan, pertumbuhan serta persahabatan. Warna merah melambangkan energi, keberanian dan kekuatan. Warna biru melambangkan ketenangan, kedamaian dan kelembutan. Sedangkan warna kuning melambangkan kebijaksanaan, loyalitas dan kegembiraan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Provinsi Riau

1. Visi Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Visi dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau adalah "Pariwisata Unggul Berbasis Budaya Melayu". Makna dari visi tersebut adalah Dinas Pariwisata mengharapkan terwujudnya kepariwisataan yang berbasis budaya Melayu dengan unsur bahasa, sistem pengetahuan, kesenian, sistem teknologi dan peralatan, sistem mata pencaharian hidup, sistem kekerabatan dan organisasi serta sistem religi merupakan jati diri dan kekayaan anak bangsa nantinya akan menjadi faktor penunjang dalam pengembangan kepariwisataan di daerah Provinsi Riau. Visi Dinas Pariwisata Provinsi Riau ini merupakan kondisi atau keadaan yang diharapkan tercapai pada akhir periode perencanaan (Renstra Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2018)

2. Misi Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Misi merupakan suatu hal yang harus dilakukan agar tujuan instansi/lembaga dapat terlaksana dengan hasil yang baik selaras dengan visi yang telah ditentukan. Menurut pariwisata.riau.go.id, misi dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau antara lain :

- Mengembangkan daerah tujuan wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan yang didukung oleh Kebudayaan Melayu sebagai kekayaan dan kearifan lokal
- Meningkatkan peran serta dan kerjasama stakeholder
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia pariwisata

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

- Melaksanakan pengembangkan sapta pesona dan wisata syariah

d.Tugas dan Fungsi Pokok Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Meninjau pada Perda Provinsi Riau No. 4 Tahun 2016 Tentang Penyusunan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Riau, dijelaskan pada Bab II Pasal 3 bahwasannya Dinas Pariwisata Provinsi Riau menjalankan segala urusan pemerintahan pada sektor pariwisata (Renstra Dinas Pariwisata Riau, 2018).

Dalam menjalankan tugas di bidang pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Riau menyelenggarakan beberapa fungsi diantaranya :

1) Penyususnan kebijakan teknis di sektor pariwisata
2) Pembinaan dan pelaksanaan tugas di sektor pariwisata
3) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum pada sektor pariwisata
4) Pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi pariwisata
5) Pelaksanaan pengembangan pariwisata, pembinaan karakter dan pekerti bangsa
6) Pelaksanaan kebijakan promosi dan standarisasi pariwisata
7) Pelayanan administratif
8) Pelaksanaan rencana induk dan pengembangan pariwisata dan sumber daya manusia (Pariwisata,Riau.go.id).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e. Struktur Organisasi

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Sumber : Renstra Dinas Pariwisata Provinsi Riau Tahun 2019-2024

Berdasarkan (Renstra Dinas Pariwisata Provinsi Riau, 2018), dalam menjalankan tugas dan fungsinya Dinas Pariwisata Provinsi Riau terdiri dari 111 pegawai dengan struktur organisasi sebagai berikut :

1. Kepala Dinas

   Tugas dari kepala Dinas Pariwisata adalah membantu Gubernur Riau dalam melakukan segala urusan dan kegiatan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada Daerah Provinsi pada sektor pariwisata.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Sekretaris

   Tugas dari sekretaris Dinas Pariwisata adalah melakukan perencanaan program, kepegawaian dan umum meliputi ketatausahaan, organisasi ketatalaksanaan, kehumasan, pengelolaan data, evaluasi, hukum dan pelaporan, keuangan dan perlengkapan serta koordinasi pelaksanaan tugas Dinas Pariwisata.

3. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata

   Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata, terdiri atas:

   a. Seksi Pengembangan SDM Pariwisata
   b. Seksi Usaha Jasa Pariwisata
   c. Seksi Pengembangan Masyarakat Pariwisata

4. Bidang Destinasi Pariwisata

   Bidang Destinasi Pariwisata, terdiri atas:

   a. Seksi Sarana dan Prasarana Pariwisata
   b. Seksi Objek Daya Tarik Wisata
   c. Seksi Pengkajian dan Pengembangan Destinasi Pariwisata

5. Bidang Pemasaran Pariwisata

   Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Riau, terdiri atas:

   a. Seksi Pengembangan Pasar
   b. Seksi Sarana Promosi
   c. Seksi Promosi

6. Bidang Ekonomi Kreatif

   Bidang Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Riau, terdiri atas:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya

b. Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain dan IPTEK

c. Seksi Kerjasama Pengembangan Ekonomi Kreatif

7. Kepala UPT Bandar Serai

UPT Bandar Serai, terdiri atas:

a. Seksi Tata Usaha

b. Seksi Sarana dan Prasarana

c. Seksi Pengelolaan dan Pengembangan

f. Tugas Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata

Kepala bidang pengembangan sumber daya pariwisata mempunyai tugas menyelenggarakan seksi pengembangan SDM pariwisata, seksi usaha jasa, seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata.

1. Seksi Pengembangan SDM Pariwisata

Tugas kepala seksi pengembangan SDM Pariwisata

a. Merencanakan kegiatan pada seksi pengembangan SDM Pariwisata

b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan seksi pengembangan SDM Pariwisata

c. Menyiapkan pedoman dan petunjuk teknis serta materi untuk pengembangan dan pembinaan SDM pariwisata di Provinsi Riau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

d. Melaksanakan koordinasi, fasilitasi dan kerjasama dengan pemerintah kabupaten/kota, stakeholder dan lembaga-lembaga pengembangan SDM Pariwisata
e. Melaksanakan pembinaan teknis dalam rangka pengembangan SDM di kabupaten/kota
f. Menyelenggarakan upaya pembinaan dan peningkatan SDM Pariwisata
g. Mengevaluasi dan membuat laporan pelaksanan tugas sesuai dengan tugas yang telah dilaksanakan secara berkala pada seksi pengembangan SDM Pariwisata
h. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tertulis sesuai dan fungsinya

2. Seksi Usaha Pariwisata

Tugas kepala seksi Usaha Jasa Pariwisata

a. Merencanakan kegiatan pada seksi usaha jasa pariwisata
b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan seksi usaha jasa pariwisata
c. Mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan jasa usaha pariwisata
d. Menyiapkan pedoman dan petunjuk teknis serta materi untuk pengembangan dan jasa pariwisata di Provinsi Riau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e. Melaksanakan koordinasi, fasilitas dan kerjasama dengan pemerintah kabupaten/kota, stakeholder dan lembaga-lembaga pengembangan SDM dalam rangka pengembangan usaha dan jasa pariwisata
f. Melaksanakan monitoring dan evaluasi usaha dan jasa pariwisata
g. Melaksanakan pembinaan teknis dalam rangka pengembangan usaha pariwisata di kabupaten/kota
h. Menyelenggarakan upaya pembinaan dan peningkatan kelembagaan usaha dan jasa pariwisata
i. Melakukan pembinaan usaha dan penetapan pedoman usaha pariwisata skala provinsi
j. Mengevaluasi dan membuat laporan pelaksanaan tugas sesuai dengan tugas yang telah dilaksanakan secara berkala pada seksi usaha jasa pariwisata
k. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tulisan

3. Seksi Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata

Tugas kepala seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata :

a. Merencanakan kegiatan pada seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata
c. Melaksanakan pembinaan, penyuluhan dan bimbingan yang menyangkut dengan kepariwisataan kepada masyarakat sekitar destinasi pariwisata
d. Melaksanakan koordinasi fasilitasi dan kerjasama dengan pemerintah kabupaten/kota dalam membina kepariwisataan, sapta pesona pada masyarakat disekitar destinasi pariwisata
e. Mengevaluasi dan membuat laporan pelaksanaan tugas sesuai dengan tugas yang telah dilaksanakan secara berkala pada seksi pemberdayaan masyarakat pariwisata
f. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan baik lisan maupun tertulis sesuai tugas dan fungsinya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan disajikan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara secara langsung dilapangan serta pembahasan dan analisis berdasarkan teori-teori yang mendukung mengenai penelitian ini.

Desa Wisata Kampung Patin merupakan desa wisata yang terletak di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Desa wisata ini memiliki potensi wisata yang cukup besar, mulai dari keindahan alam yang dimiliki serta budidaya ikan patin yang dilakukan oleh warga setempat. Pada tahun 2021, Desa Wisata Kampung

Patin sendiri memperoleh penghargaan sebagai 50 Desa Wisata Terbaik pada ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia oleh Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Penghargaan yang diperoleh ini tentunya karena adanya kolaborasi yang dilakukan oleh berbagai pihak melalui pemberdayaan, pelatihan dan terutama aktivitas pemasaran sehingga desa wisata ini dapat dikenal oleh banyak orang dan memperoleh penghargaan tersebut. Salah satu pihak yang berperan penting dalam melakukan aktivitas pemasaran Desa Wisata Kampung Patin adalah Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah mengimplementasikan strategi yang telah dibuat (POSE) untuk mempromosikan segala bentuk kegiatan pariwisata yang ada di Riau mulai dari objek wisata, festival serta desa wisata.

1. **Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin**

   Dalam aktivitas pemasaran, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah mengimplementasikan strategi (POSE) yang dibuat untuk mempromosikan segala bentuk kegiatan pariwisata yang ada di Riau mulai dari objek wisata, festival serta desa wisata. Hal ini diungkapkan oleh Syarifah Perita Musfita, S.E selaku Kepala Seksi Pengembangan SDM Pariwisata sebagai berikut:

   > *"Jadi dalam melakukan kegiatan pemasaran pariwisata yang ada di Provinsi Riau kami memiliki strategi khusus yang kami beri nama POSE. POSE merupakan paid media, owned media, social media dan endorser. Paid media itu kami menggunakan media-media berbayar untuk memasarkan kegiatan pariwisata yang ada di Riau, salah satunya pada Desa Wisata Kampung Patin kami menggunakan media*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berbayar seperti kompas.com, detik news, riau pos dan sebagainya. Media-media berbayar ini nantinya menginformasikan segala bentuk kegiatan yang ada di Kampung Patin selain itu kita juga mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin ini pada beberapa stasiun televisi seperti kalau tidak salah waktu itu iNews. Kemudian untuk owned media, kami menggunakan media internal yang kami miliki seperti melalui aplikasi. Untuk strategi social media, kami menggunakan beberapa media sosial yang cukup tren saat ini seperti instagram dan youtube. Disana kami menginformasikan keunikan yang ada di Desa Wisata Kampung Patin dan objek wisata yang ada disana. Serta endorser biasanya kami menggunakan seorang figur yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung ke destinasi atau desa wisata yang ada di Riau biasanya figur ini dapat berupa influencer, artis dan sebagainya. Itulah kegiatan pemasaran yang disebut dengan POSE." (Wawancara dengan Syarifah Perita Musfita 13 Juli 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan narasumber bahwa dalam memasarkan pariwisata Provinsi Riau, Dinas Pariwisata menggunakan strategi yang dikenal dengan POSE. POSE merupakan singkatan dari *Paid media, Owned media, Social media dan Endorser.* Strategi ini dibuat Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk meningkatkan sektor kepariwisataan yang ada sehingga nantinya dapat dikenal oleh banyak wisatawan. Adapun penjelasan terkait POSE adalah sebagai berikut:

a. *Paid Media* (P)

Dalam memasarkan Desa Wisata Kampung Patin, Dinas Pariwisata Provinsi Riau menggunakan beberapa macam bentuk periklanan yang tujuannya dalah untuk meningkatkan kunjungan di Desa Wisata Kampung Patin. Biasanya periklanan ini dilakukan dengan menggunakan media promosi berbayar baik cetak maupun elekronik, baliho dan sebagainya.

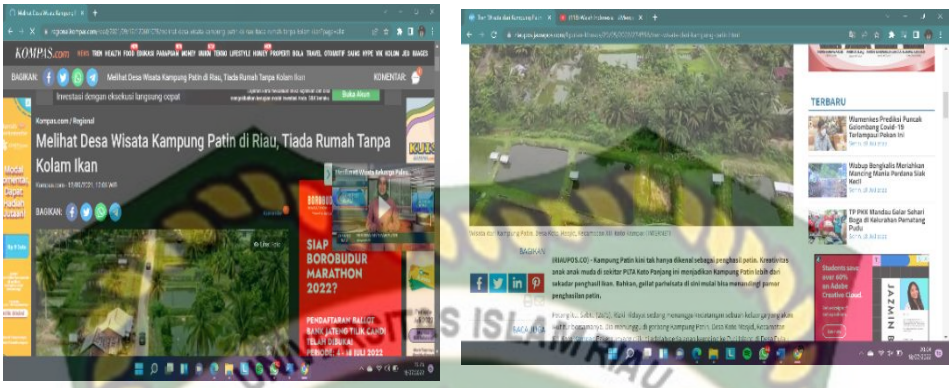
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah melakukan kerja sama periklanan dengan beberapa media lokal maupun nasional untuk mempromosikan wisatanya. Adapun media lokal yang melakukan kerja sama dengan Dinas Pariwisata untuk mempromosikan pariwisatanya antara lain Haluan Riau, Cakaplah.com, Go Riau.com, Tribun News, Riau Pos, Riau Terkini, Koran Riau.com, Berbahas, Pekanbaru Pos dan Potret24**.** Sedangkan media nasional yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Provinsi Riau adalah Detik.com, Oke Zone, Merdeka, Antara.com, Tribun Travel dan Kompas.com**.** Praktik periklanan yang dilakukan oleh media-media tersebut biasanya melalui penulisan artikel yang berisikan terkait berbagai kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Wisata Kampung Patin, produk yang dipasarkan dan sebagainya. Sesuai dengan penjelasan Kepala Seksi Pengembangan SDM Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Riau berikut

> *"Ya biasanya kita juga ada menghubungi beberapa media untuk meliput kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Desa Wisata Kampung Patin, yang nantinya media-media tersebut akan merilis berita terkait Desa Kampung Patin di website mereka*." (Wawancara dengan Syarifah Perita Musfita S.E 13 Juli 2022)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.3 Iklan Media Elektronik



Sumber : Riau Pos & Kompas.com

b. *Owned Media* (O)

Dinas Pariwisata Provinsi Riau turut menggunakan media internal untuk mempromosikan wisatanya, seperti Website,dan aplikasi. Aplikasi-aplikasi ini bernama JEMARI (Jendela Event Pariwisata Riau) dan Dewi Riau (Portal Destinasi Riau). Kedua aplikasi ini merupakan aplikasi berbasis android yang dibuat oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk menampilkan berbagai produk pariwisata yang ada di Provinsi Riau. Aplikasi ini menampilkan berbagai informasi terkait dengan objek wisata, hotel, desa wisata, event, restorant, cinderamata dan sebagainya. Aplikasi ini cukup detail, dimana disertakan pula maps untuk menuju lokasi desa wisata serta objek wisata terutama di wilayah sekitaran kampung patin. Adapun objek wisata di sekitar Kampung Patin yang dimuat pada aplikasi ini adalah Puncak kompe dan Sungai Gagak.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.4 Tampilan *Website* Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Sumber : pariwisata.riau.go.id

Gambar 4.5 Aplikasi Dewi Riau dan Jemari

Sumber : Dok Penulis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. *Social Media* (S)

Dinas Pariwisata Provinsi Riau selalu mempromosikan segala hal yang berkaitan dengan pariwisata melalui penggunaan *platform* media sosial. Dinas Pariwisata Provinsi Riau memiliki dua media sosial yang aktif digunakan dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin, yaitu *Facebook* dan *Instagram*. Dinas Pariwisata Provinsi Riau sendiri memiliki akun instagram dengan username @pariwisata.riau dan facebook @pariwisata.riau. Akun instagram Dinas Pariwisata Provinsi cukup eksis dimana saat ini akun media sosial memiliki jumlah pengikut sebanyak 17,4K per tanggal 19 Juli 2022. Selain *instagram* dan *facebook,* Kemenparekraf juga turut membantu mempromosikan Desa Kampung Patin melalui akun Youtubenya, dimana berhasil memperoleh *views* sebanyak 41.325, *likes* 81.000 dan komentar sebanyak 960 pengguna per tanggal 19 Juli 2022. Video ini mendapat respon positif dari para pengguna *youtube,* dapat dilihat dari komentar yang diberikan dimana banyak dari pengguna yang merasa bangga dan memuji keindahan wisata Desa Wisata Kampung Patin. Dengan adanya media sosial ini diharapkan mampu membantu dalam proses pemasaran dan promosi destinasi wisata yang ada di Provinsi Riau khususnya Desa Wisata Kampung Patin.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.6 Tampilan *Instagram* Dinas Pariwisata Provinsi Riau

Sumber : *Instagram* @pariwisata.riau

Gambar 4.7 Publikasi Desa Wisata Kampung Patin di Instagram

Sumber: *Instagram* @pariwisata.riau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.8 Publikasi Desa Wisata Kampung Patin di *Youtube*

Sumber : Akun *Youtube* Kemenparekraf

Gambar 4.9 Postingan *Facebook* Desa Wisata Kampung Patin

Sumber : *Facebook* pariwisata.riau

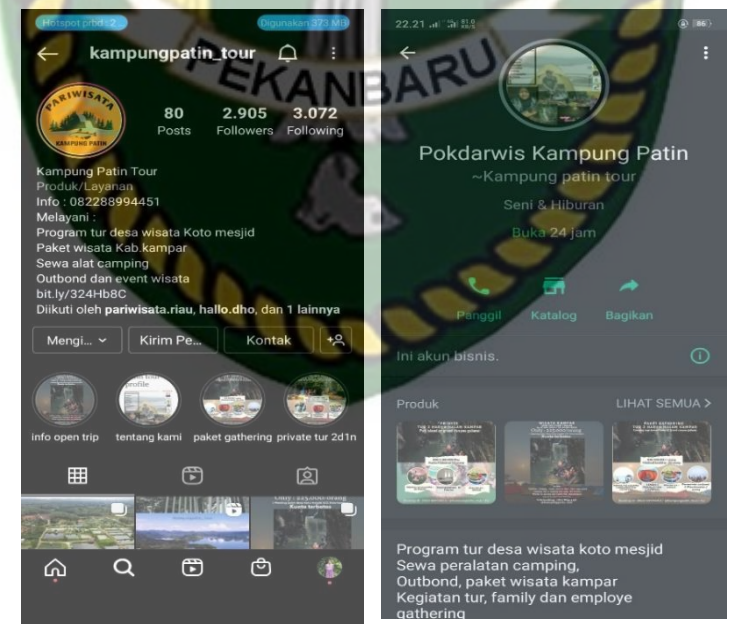
Selain media sosial kepemilikan Dinas Pariwisata Provinsi Riau, dalam melakukan aktivitas pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau turut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dibantu oleh pihak POKDARWIS atau Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Kampung Patin melalui media sosial yang mereka miliki seperti instagram dan *whtassapp*,. Melalui akun instagram ini selain untuk melakukan promosi pariwisata dalam bentuk konten, pihak POKDARWIS juga melakukan kegiatan promosi penjualan seperti promosi paket wsiata dan sebagainya sesuai dengan penuturan Rizki Hidayat :

> *"Nah kami juga sebagai POKDARWIS kampung patin juga ikut berperan membantu pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Riau dalam memasarkan mempromosikan desa kami ini, terlebih kami juga sangat banyak produk-produk olahan ikan patin yang sangat menarik. ya melalui apa yang kami bisa seperti instagram, facebook dan grup whatsaap kami. Cuma ya memang instagram yang lebih luas dan banyak peminatnya saat ini*" (Wawancara dengan Rizki Hidayat 1 Juli 2022).

Gambar 4.10 Promosi POKDARWIS



Sumber : dok. Penulis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e. *Endorser* (E)

Endorser merupakan seorang figur atau tokoh yang dipercaya dapat membantu mempromosikan suatu produk atau brand, figur yang dimaksud seperti selebriti atau artis dan juga selebgram dan *influencer*. Syarifah Perita Musfita S.E menjelaskan :

> *"Endorser* ini juga merupakan salah satu cara Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk mempromosikan destinasi wisata maupun event yang ada di Riau. Dengan cara mengundang seorang selebgram ataupun *influencer* yang memiliki jumlah *followers* yang cukup banyak, dengan harapan dapat menjangkau orang yang lebih banyak." (Wawancara dengan Syarifah Perita Musfita 13 Juli 2022)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada akun *youtube* Kemenparekraf, *public figure* yang dijadikan sebagai *endorser* untuk mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin adalah Magi Iraawan.. Megi Irawan sendiri merupakan seorang *influencer* yang berasal dari daerah Pekanbaru yang kontennya berisi tentang video-video komedi. Beliau memiliki jumlah pengikut sebanyak 619K. Tujuan *endorser* ini adalah untuk mengenalkan desa wisata ke khalayak luas tidak hanya di daerah Riau saja melainkan ke penjuru Nusantara. Namun dalam praktik endorser melalui Megi Irawan ini penulis melihat dalam pelaksanaanya belum dilakukan secara maksimal dikarenakan penulis tidak menjumpai aktiviras promosi yang dilakukan pada akun instagram ataupun *youtube* milik Megi Iraawan.

Strategi *endorser* ini merupakan bentuk upaya yang dilakukan seorang *Public Relations* untuk mempromosikan produk wisata dan membangun citra (*image*) perusahaan. Dalam praktiknya, Dinas Pariwisata Provinsi Riau tidak memiliki istilah PR secara struktural. Namun, praktik kehumasan tersebut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau melalui adanya program CBC (*Cerita Baru Center*). Informasi yang disajikan CBC yaitu potensi dari destinasi pariwisata serta informasi lokasi wisata, akses jalan, layanan transportasi dan program atau paket wisata yang disiapkan ke tujuan tersebut. Program CBC ini secara khusus ditujukan untuk mewujudkan sistem promosi pariwisata yang terintegrasi melalui pembangunan pusat promosi terpadu Provinsi Riau dan mengembangkan kerjasama dengan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif, kabupaten/kota serta media massa.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan narasumber, Dinas Pariwisata Provinsi Riau melakukan kerja sama dengan beberapa pihak untuk memajukan pariwisata Desa Wisata Kampung Patin, diantaranya dengan STP Riau dan PT. Pertamina Hulu Rokan yang menjadikan Desa Wisata Kampung Patin ini sebagai bentuk program CSR nya.

> "*Desa Wisata Kampung Patin itu awalnya adalah desa binaan dari STP Riau. Nah pada saat itu STP Riau mendapatkan Juara 1 sebagai pembina Desa Wisata oleh Kemenparekraf RI dan desa wisatanya mendapatkan Juara 2 kategori souvenir. Hal tersebut tidak terlepas dari kerjasama yang baik dari berbagai pihak yang menjadi mitra Desa Wisata Kampung Patin"* (Wawancara dengan Syarifah Perita Musfita S.E 13 Juli 2022).

> *"PT. Pertamina Hulu Rokan juga mendampingi Desa Wisata Kampung Patin melalui program CSR-nya untuk mengembangkan dan memberdayakan masyarakat disana melalui program-program pelatihan dan bantuan langsung kapada masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada di sekitar sana*" (Wawancara dengan Roni Rakhmat S.STP M.Si 11 Mei 2022).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

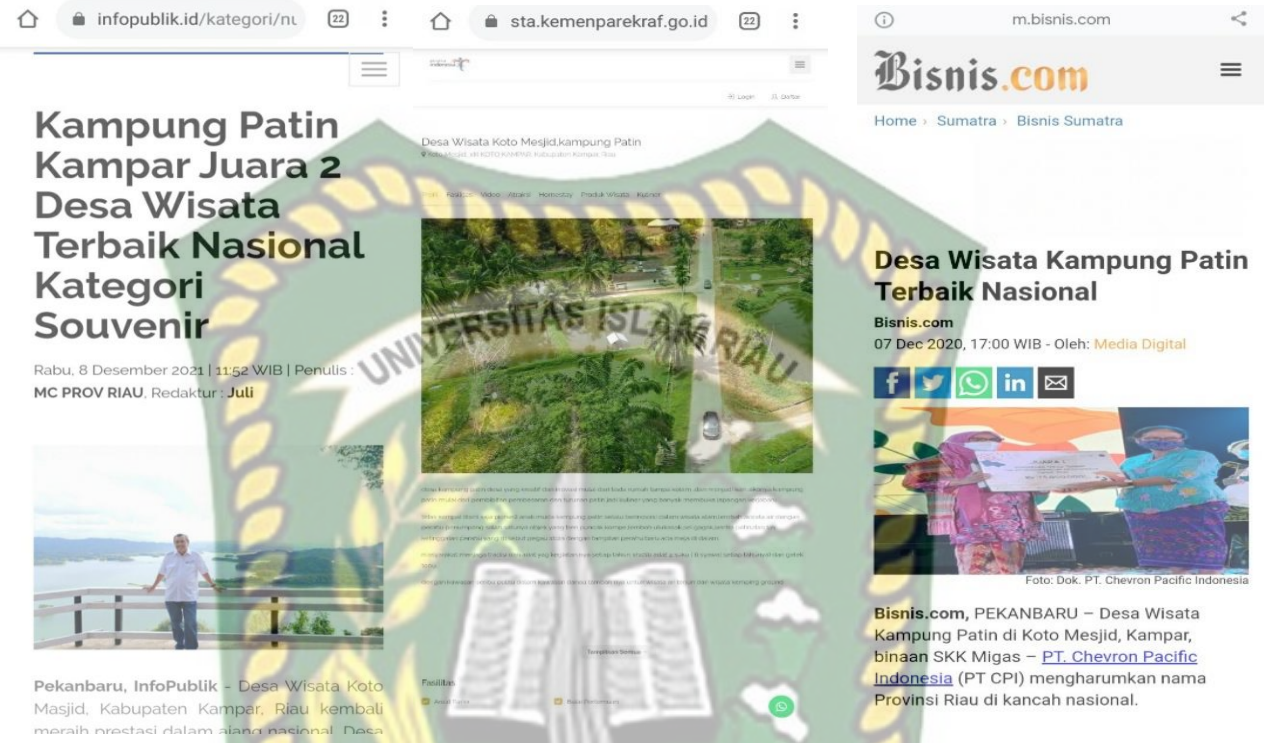
Selain kerja sama dengan instansi/lembaga yang telah disebutkan di atas, Dinas Pariwisata juga dibantu oleh beberapa media massa dalam aktivitas publisitas. Beberapa media massa yang turut melakukan publisitas terkait Desa Wisata Kampung Patin antara lain:

1) Jadesta.kemenparekraf.go.id
2) Tempo.co
3) Amanahnews.com
4) Mediacenter.riau.go.id
5) www.riau.go.id
6) www.brilio.net
7) Bisnis.com
8) Rri.co.id
9) Ruangenergi.com
10) www.halloriau.com
11) Infopublik.id

Publisitas melalui artikel yang dimuat di media massa tersebut berisikan tentang keunikan/daya tarik wisata dari Kampung Patin, lokasi wisata, produk olahan yang dipasarkan, kuliner, souvenir dan penghargaan yang diraih. Dengan adanya bantuan publisitas melalui media massa ini tentunya dapat membuat Desa Wisata Kampung Patin semakin banyak dikenal wisatawan sehingga menimbulkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.11 Publisitas Melalui Media Massa

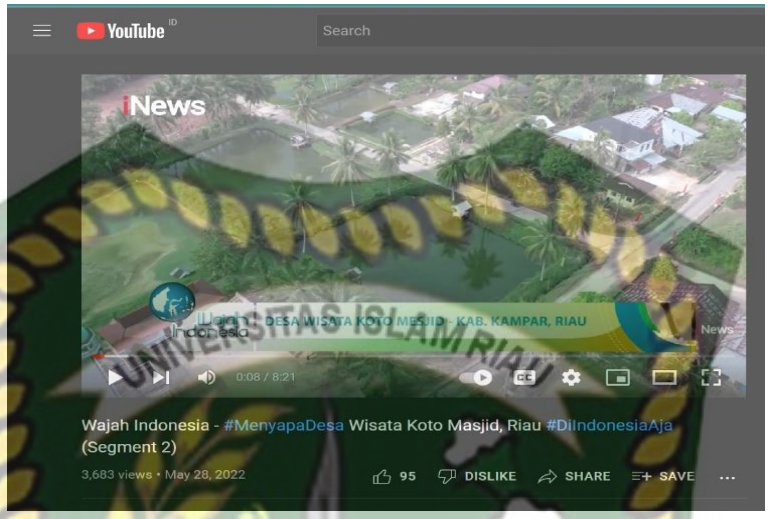


Sumber: infopublik.id, jadesta.kemenparekraf.go.id dan m.bisnis.com

Selain media *online*, publisitas melalui media elektronik juga turut digunakan dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin yaitu melalui televisi pada program Wajah Indonesia (iNews). Promosi tersebut berupa video dokumenter yang menampilkan keseharian masyarakat Desa Wisata Kampung Patin mulai dari pembudidayaan ikan patin hingga pengolahan ikan patin menjadi produk makanan yang siap dipasarkan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Gambar 4.12 Video Dokumenter dari iNews



Sumber: Wajah Indonesia - #MenyapaDesa Wisata Koto Masjid, Riau Youtube Official iNews

Gambar 4.12 merupakan publisitas yang dilakukan oleh stasiun iNews saat mendatangi Desa Wisata Kampung Patin. Dalam video ini, pembawa acara dari program tersebut membagikan keseruan kegiatannya selama berada di desa wisata tersebut mulai dari ikut serta dalam menangkap ikan patin, mengolah ikan patin menjadi makanan yang cukup lezat bersama warga setempat serta menikmati hidangan yang diolah di pinggir kolam. Adanya liputan dari stasiun TV ini menandakan bahwasanya media digunakan untuk memberikan informasi kepada calon wisatawan mengenai Desa Wisata Kampung Patin sehingga nantinya calon wisatawan tertarik untuk berwisata di desa wisata tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

C. Pembahasan

Pada sub bab hasil pembahasan ini, peneliti akan menganalisis seluruh hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Dalam proses analisis, menjawab bagaimana Implememntasi strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin.

Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah melakukan berbagai strategi yang dianggap mampu meningkatkan kunjungan wisatawan. Dalam implementasinya, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah memilliki strategi yang mereka beri nama POSE dalam mempromosikan produk pariwisatanya. Adanya strategi POSE ini bertujuan untuk memaksimalkan promosi mengenai produk pariwisata yang dipasarkan pada Desa Wisata Kampung Patin agar selalu tetap dikenang oleh para wisatawan serta mampu menciptakan pengalaman baru bagi para wisatawan yang berkunjung. Strategi promosi yang ada secara keseluruhan telah diterapkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau bersama Pokdarwis dan para pelaku wisata di desa wisata tersebut meskipun di setiap implementasinya belum terlaksana secara maksimal.

Hal yang perlu diperhatikan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam pelaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran untuk mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin adalah terkait dengan hubungan jangka panjang dengan para wisatawan. Untuk menimbulkan keputusan wisatawan berkunjung secara

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berkelanjutan atau hubungan jangka panjang ke desa wisata, Dinas Pariwisata Provinsi Riau perlu memaksimalkan penggunaan elemen promosi. Berdasarkan observasi dan hasil penelitian, Dinas Pariwisata Provinsi Riau hanya terpaku pada dua media sosial untuk mempromosikan produknya padahal masih banyak media sosial terbarukan lainnya yang dirasa dapat menarik perhatian wisatawan, salah satunya melalui Tiktok yang saat ini menjadi salah satu aplikasi yang sangat digandrungi oleh masyarakat. Selain itu, dalam praktiknya adanya *endorser* sebagai salah satu bentuk aktivitas promosi penjualan belum cukup maksimal dimana *endorser* tidak ikut melakukan promosi pada akun sosial media yang dimiliki padahal jika dilakukan tentunya akan membuat semakin banyak masyarakat baik di Riau maupun di seluruh Indonesia mengetahui keindahan dan keunikan wisata yang ada di Desa Wisata Kampung Patin.

1. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Kampung Patin

Berdasarkan temuan di lapangan, Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah menerapkan komunikasi pemasaran (POSE) dalam meningkatkan kunjungan di Desa Wisata Kampung Patin.

Pertama, *paid media* (P). *Paid media* merupakan segala bentuk media yang berbayar. Dalam implementasinya, penggunaan media ini membutuhkan dana yang cukup besar. Media berbayar yang menjadi saluran komunikasi dapat berupa media cetak, media elektronik, media *online*, televisi maupun radio. Dinas Pariwisata Provinsi Riau turut memanfaatkan media berbayar untuk mempromosikan produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

wisatanya terutama Desa Wisata Kampung Patin. Dinas Pariwisata Provinsi Riau lebih berfokus pada penggunaan media *online* berbayar. Hal ini dikarenakan masyarakat cenderung lebih berminat dan tertarik dengan media online dibandingkan media yang lainnya dan juga media online berbayar lebih cepat dalam menyampaikan sebuah informasi. Dalam penggunaan media berbayar ini yang terpenting bukanlah siapa yang mengeluarkan dana besar, tetapi siapa yang dapat efisien dalam mengalokasikan dananya untuk media yang tepat untuk mencapai kesuksesan promosi.

Kedua, *owned media* (O). *Owned media* merupakan segala jenis media kepemilikan Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Adanya media kepemilikan atau media internal Dinas Pariwisata Provinsi Riau ini dapat mempermudah Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk mempromosikan dan menginformasikan informasi-informasi terkait produk pariwisata yang ditawarkan, dalam hal ini adalah Desa Wisata Kampung Patin. Jenis-jenis media internal yang sering digunakan dalam mempromosikan wisata antara lain *website*, majalah, baliho ataupun brosur. Dalam pengimplementasian penggunaan media internal untuk mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin, Dinas Pariwisata Provinsi memanfaatkan *website* dan aplikasi. Namun dalam praktiknya, penulis melihat Dinas Pariwisata Provinsi Riau tidak terlalu berfokus pada penggunaan *website* sebagai media internalnya dimana penulis tidak melihat bentuk publikasi terkait dengan promosi Desa Wisata Kampung Patin melalui artikel pada *website* ataupun foto-foto dari kegiatan kepariwisataan yang ada di Desa Wisata Kampung Patin. Media internal bukan berarti tidak mengeluarkan dana, melainkan penggunaan dananya berbeda lebih

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kepada perawatan media atau proses produksi untuk membuat konten-konten yang akan ditampilkan pada media tersebut.

Ketiga, *social media* (S). Sosial media merupakan *platform digital* yang memfasilitasi penggunanya untuk saling berkomunikasi dan membagikan konten berupa tulisan, foto, video dan merupakan *platform digital* yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial setiap penggunanya. Tingginya angka penggunaan media sosial menjadikan media sosial sebagai salah satu platform yang dirasa efektif untuk melakukan promosi. Hal ini lah yang membuat Dinas Pariwisata Provinsi Riau melakukan cukup banyak kegiatan promosi melalui media sosial karena dianggap memiliki efek yang sangat baik dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Provinsi Riau terutama Desa Wisata Kampung Patin. Dalam pengimplementasiannya Dinas Pariwista Provinsi Riau telah menggunakan beberapa media sosial untuk mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin seperti Instagram, facebook, dan twitter. Ketiga media sosial ini aktif dalam mempromosikan desa wisata kampung patin.

Keempat, *endorser* (E)**.** *Endorser* diartikan sebagai *figur* atau sosok tokoh yang dikenal baik oleh publik dan memperagakan sebagai konsumen dalam sebuah iklan. *Figur* ini biasanya merupakan seseorang dianggap dapat mempengaruhi dan dipercayai oleh para pelanggan sebagai target sasaran. Sehingga penggunaan *endorser* dalam aktivitas promosi menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Dalam implementasinya, Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin turut memanfaatkan penggunaan *endorser,* dimana dapat dilihat dari Megi Irawan sebagai figur yang diturut sertakan dalam promosi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penggunaan Megi Irawan dianggap dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Hal ini dikarenakan selain memiliki jumlah pengikut yang banyak di *platform* instagram dan *youtube*, Megi merupakan sosok yang ceria sehingga pembawaannya akan cukup asik dalam mempromosikan produk pariwisata. Namun dalam praktik promosi Desa Wisata Kampung Patin, Megi Irawan sendiri tidak membuat konten yang diunggah ke platform sosial media yang dimilikinya, sehingga hal ini menjadi hal yang sangat disayangkan. Bentuk *endorser* ini merupakan salah satu strategi yang biasa dilakukan oleh seorang *public relations* dalam instansi/perusahaan. Sebagai suatu instansi, Dinas Pariwisata Provinsi Riau entunya menjalankan aktivitas PR melalui CBC yang merupakan pusat promosi terpadu Riau dan dimana juga befungsi melakukan kerja sama dengan pihak-pihak eksternal seperti Pertamina Hulu Rokan dan beberapa komunitas/Pokdarwis di desa tersebut.

Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) tentunya tidak selalu berjalan dengan lancar. Pasti akan ada beberapa kekurangan ataupun hambatan yang ditemui terlebih strategi komunikasi pemasaran ditujukan kepada khalayak yang bermacam-macam. Peneliti melihat keberhasilan strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau (POSE) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Kampung Patin melalui **Gambar 1.2** Jumlah Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin, meskipun masih mengalamin naik turun dalam jumlah pengunjung, tetapi peningkatan pengunjung lebih dominan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan setelah dilakukan analisis dapat diambil kesimpulan bahwasannya Dinas Pariwisata Provinsi Riau telah mengimplementasikan komunikasi pemasaran (POSE) dalam aktivitas promosi pada Desa Wisata Kampung Patin. Meskipun di beberapa elemennya masih belum begitu maksimal dalam penerapannya. Seperti dalam pemanfaatan media sosial yang harus dimaksimalkan lagi melalui pemanfaatan media terbaru seperti Tiktok yang saat ini digandrungi oleh banyak orang.

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau antara lain *paid media, owned media, sosial media dan endorser*. *Paid media* didefinisikan sebagai media yang dibayar untuk mempromosikan produk atau brand dari suatu lembaga perusahaan yang dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau.melalui pemanfaatan media online berbayar baik media nasional maupun lokal seperti seperti merdeka, detik.com, Haluan Riau, Riau Pos, cakaplah.com. *Owned media* merupakan media internal yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan produk wisatanya. Adapun media internal yang dipakai antara lain website, aplikasi berbasis android JEMARI dan Dewi Riau, didalam aplikasi ini dijelaskan secara rinci terkait objek wisata apa saja yang ada di Provinsi Riau dan akses atau *google maps* juga telah disediakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam membantu para wisastawan untuk mengakses dan mencari informasi terkait destinasi wisata yang dituju. Kemudian ada Soc*ial*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

media, sosial media yang digunakan dan dimanfaatkan Dinas Pariwissata Provinsi Riau dalam aktivitas promosi desa wisata kampung patin antara lain instagram, facebook dan youtube. *Sosial* media ini juga menjadi media yang paling banyak digunakan dan efektif yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin. Strategi terakhir yaitu *endorser*, merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwata Provinsi Riau dengan cara melakukan kerja sama dengan seseorang yang dianggap memiliki kemampuan dlam menarik khalayak melalui media sosial yang ia punya, pada strategi ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau mendatangkan influencer atau content creator lokal untuk mempromosikan dan memeriahkan acara di Desa Wisata Kampung Patin

B. Saran

1. Melalui data yang didapatkan dan setelah dianalisis, penulis menyarankan Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk semakin gencar melakukan promosi terkait Desa Wisata Kampung Patin maupun destinasi-destinasi yang ada di kawasan tersebut. Juga sebaiknya Dinas Pariwisata Provinsi Riau selalu konsisten dalam melakukan promosi dengan berbagai cara yang telah dilakukan sebelumnya. Dan lebih memanfaatkan penggunaan media *platform* terbaru seperti TikTok serta media periklanan lainnya agar lebih banyak lagi yang mengunjungi Desa Wisata Kampung Patin dan objek wisata disekitaranya, dan juga menambah kerja sama dengan para *influencer* dan *content creator* baik lokal maupun nasional melalui *endorser* untuk mempromosikan Desa Wisata Kampung Patin.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Penulis menyadari dalam penulisan penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan dari berbagai aspek. Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk dapat memperkaya konsep teori, data, dan strategi komunikasi pemasaran terpadu sehingga analisis ini dapat terus berkembang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Buku

A Oka Yoeti. 2007. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita

A., Morissan M. dkk. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.

Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bogdan dan Taylor. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.

Buchari, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches (4th Edition ed.)*. California: Sage Publishing.

Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning and Suistainable Development Approach*. Van Nostrand Reinblod: New York.

J.Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

_____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.

Kementrian Kepariwisataan. 2011. *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab (Responsible Tourism Marketing)*. Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata: Indonesia.

Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kotler, Philip & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, dkk. 2021. *Principles of Marketing.* Harlow: Pearson Education.

Kotler, Philip. 2006. *Manajemen pemasaran Jilid I Edisi Ke-11*. Jakarta: P.T Indeks Gramedia.

Melati, M.M. 2007. *Metode Sampling Bioekologi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Moeliono, Anton M. 1993. *Analisis Fungsi Subjek dan Objek Sebuah Tujuan*. Bandung: ITB Bandung.

Nasikun. 1997. *Model Pariwisata Pedesaan: Pemodelan Pariwisata Pedesaan untuk Pembangunan Pedesaan yang Berkelanjutan*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Pitana, I G. & Gayatri, P G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Rosady, Ruslan. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Spillane, James J. 2003. *Pariwisata dan Wisata Budaya*, CV. Rajawali.

Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sulaksana, U. 2007. *Integrated Marketing Communication.*Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sutisna, 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cet-3. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Suwantoro. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F,. G. Chandra dan D. Adriana. 2008. *Pemasaran Strategi Cetakan ke-1*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Yulianita, Neni. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Jurnal dan Skripsi

Bachtiar, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui trigulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan*, 50

Ningrum, S. E., & Sobri, Y. A. (2015). Implementasi Kurikulum 2013 Di Sekolah Dasar. Manajemen Pendidikan, 24, 416-42. Diakses pada 16 Oktober 2021, dari http://ap.fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/volume-24-no.-564-71.pdf

Ratu, C., & Adikampana, I. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *4*(1), 60 - 67.

Rimas Martiarini. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Ketenger Baturraden. Skripsi Sarjana Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto. Purwokerto.

Saepudin, E, dkk. (2016). Communication Strategy in The Development of Agro-tourism Village in West Bandung Regency. *Jurnal Edulib*, 6 (2), 157-158.

Zahro, Dewi Fatikhatuz. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Kelor, Sleman, Yogyakarta). Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

Internet

https://www.riauonline.co.id/riau/read/2020/12/08/terbaik-nasional-desa-wisata-kampung-patin-dapat-penghargaaan-dari-kemenparekraf

www.instagram.com/pariwisata.riau

Dokumen Lain-Lain

TAP MPR No. IV/MPR/1978

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :