

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

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA DALAM UPAYA
PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU NAGA SAKTI
KABUPATEN SIAK**

SKRIPSI

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



FIRDAUS

NPM : 139110018
Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
KABUPATEN SIAK
2020**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Firdaus
NPM : 139110018
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S. 1)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

Format sistematika dan pembahasan materi masing - masing bab dan sub-bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di sidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II



(Cutra Aslinda, M. I. Kom)



(Dyah Pithaloka, M.Si)

Turut Menyetujui :

Ketua Program Studi



(Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Firdaus
NPM : 139110018
Bidang Konsentrasi : Humas
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S 1)
Hari/Tanggal Seminar : Rabu / 19 Agustus 2020
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

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 saiah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020

Tim Seminar

Ketua,



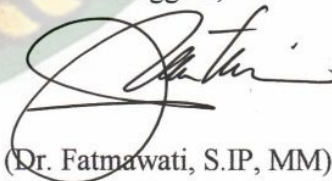
(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

Sekretaris,



(Dyah Pithaloka, M.Si)

Anggota,


(Dr. Fatmawati, S.IP, MM)

Mengetahui,

Wakil Dekan I



(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 0635 /UIR-Fikom/Kpts/2020 Tanggal 14 Agustus 2020 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu Tanggal 19 Agustus 2020 Jam : 11.00 – 12.00. WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : **Firdaus**
NPM : 139110018
Bidang Kosentrasi : **Humas**
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Jenjang Pendidikan : **Strata Satu (S.1)**
Judul Skripsi : **" Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Siak " Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Desa Dalam Upaya**
Nilai Ujian : **Angka : " 62,5 " ; Huruf : " C + "**
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus / Tidak Lulus / Ditanda**
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Cutra Aslinda , M. I. Kom	Ketua	1.
2.	Dyah Pithaloka , M. Si	Sekretaris / Notulen	2.
3.	Dr. Fatmawati , S.IP, MM	Penguji	3.
4.	Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom.	Penguji	4. X
5.	Tessa Shasrini , B. Comm, M. Hrd	Penguji	5. X

Pekanbaru, 19 Agustus 2020
Dekan

Dr. Abdul Aziz, S.Sos, M. Si.
NIP : 196506181994031004

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA DALAM UPAYA
PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU NAGA SAKTI
KABUPATEN SIAK**

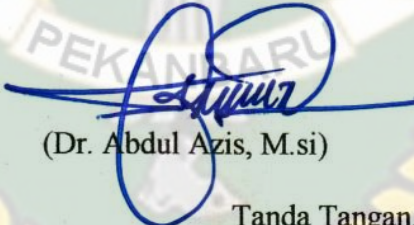
Yang diajukan oleh:

Firdaus
NPM : 139110018

Pada tanggal :
19 Agustus 2020

Mengesahkan :

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI


(Dr. Abdul Azis, M.si)

Dewan Penguji

Tanda Tangan,

Cutra Aslinda, M. I. Kom

Dyah Pithaloka, M.Si

Dr. Fatmawati, S.IP, MM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Firdaus
Tempat/Tanggal Lahir : Benayah / 01 Januari 1995
NPM : 139110018
Bidang Konsentrasi : Kehumasan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No Tlp : Jalan Lembah Damai / 0823 8438 6323
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah 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 kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, Agustus 2020
Yang Menyatakan,



FIRDAUS

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

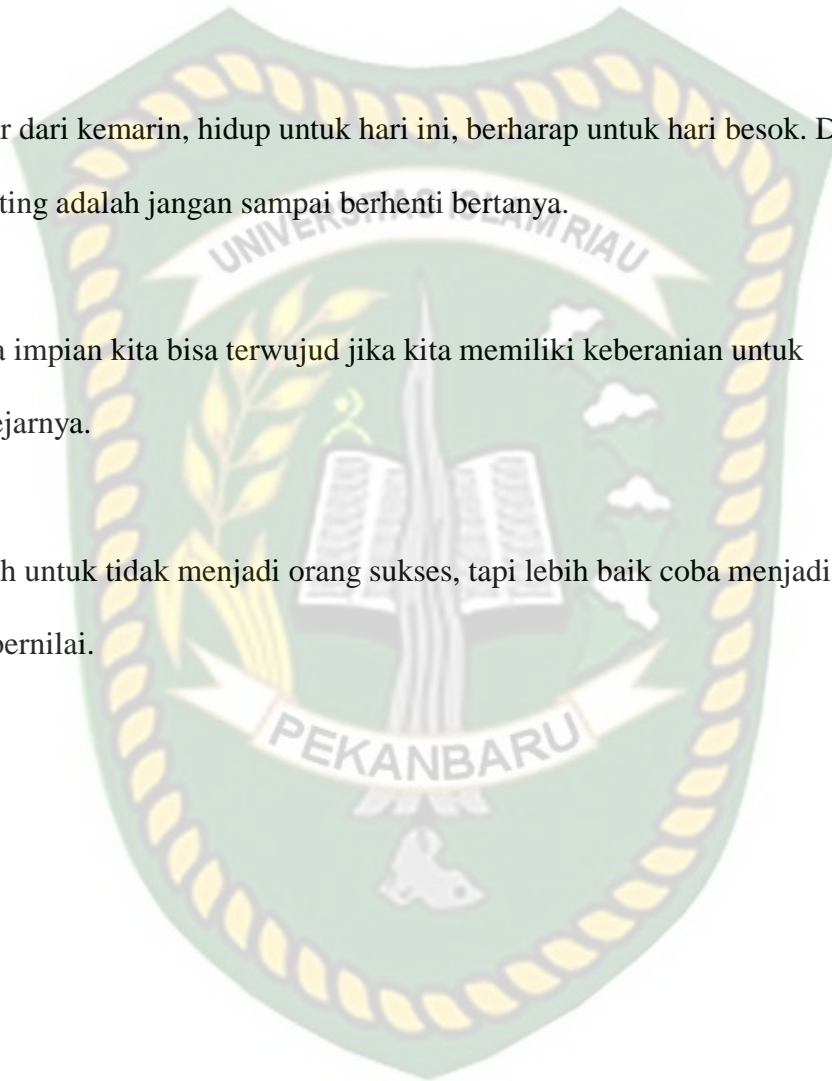
Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang MahaAgung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Ahmad U. (Alm) dan Ibundaku Aisyah (Alm) serta abang dan kakakku Alfian, Siti Rohanim, Bahtiar, Enori serta Yusli, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejarnya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Cutra Aslinda, M.I.Kom dan Ibu Dyah Pithaloka, M.Si, selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak membantu dan

memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.

2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Kepala Desa dan pengunjung serta pedagang di objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Juli 2020

Penulis

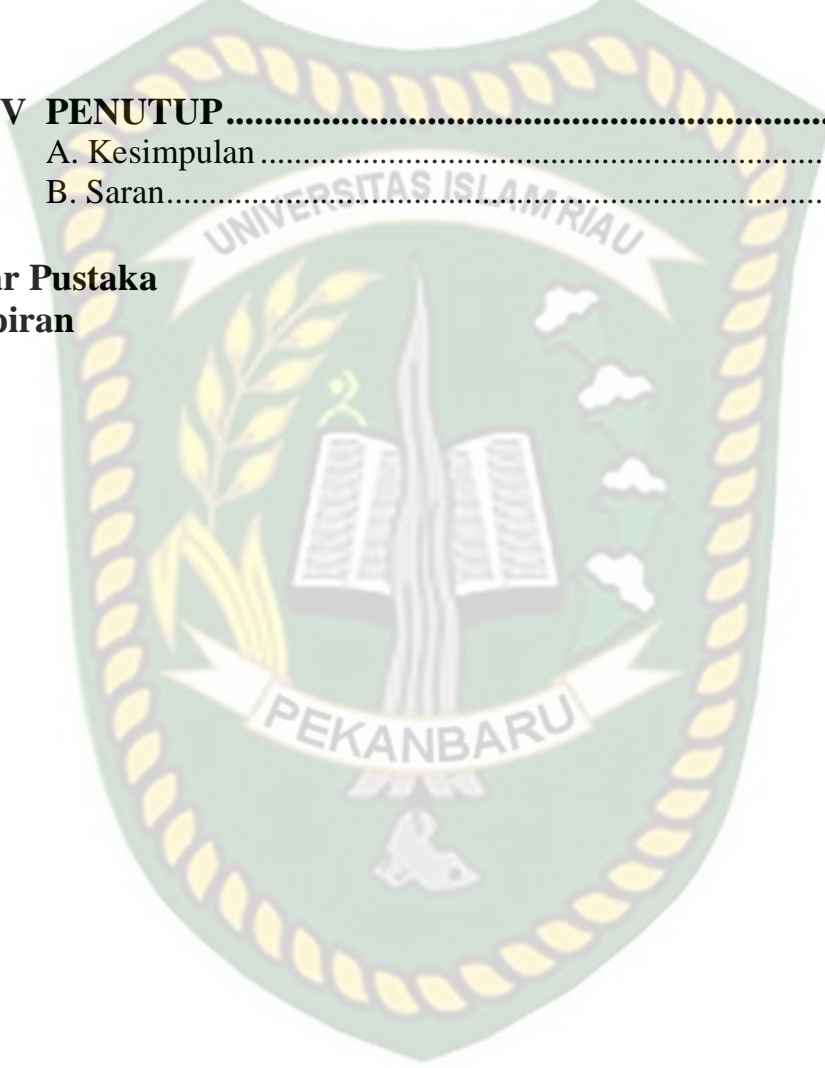
Firdaus

139110018

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	iv
Halaman Motto.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
Abstract	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	7
C. Fokus Penelitian	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian literatur	10
1. Komunikasi.....	10
2. Strategi Komunikasi	13
3. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	17
4. Hambatan Komunikasi	19
B. Definisi Operasional	23
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian.....	27
B. Subjek dan Waktu Penelitian.....	27
C. Lokasi dan waktu Penelitian	28
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
G. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
B. Hasil Penelitian	44
C. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74
Daftar Pustaka	
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian	29
Tabel 3.2 Jadwal Kegiatan Penelitian	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kegiatan didanau naga sakti	45
Gambar 1.2	Akses jalan danau naga sakti	47
Gambar 1.3	Acara pembukaan MTQ.....	49
Gambar 1.4	Acara mandi Bersama.....	49
Gambar 1.5	Gazebo/Tempat Istirahat.....	52
Gambar 2.1	Gazebo/Tempat Istirahat.....	53
Gambar 2.2	Fasilitas Bebek Air.....	53
Gambar 2.3	Fasilitas Musholla Dan Kantor	56
Gambar 2.4	Gapura/pintu masuk.....	57
Gambar.2.5.	Sarana dan Prasarana Untuk Mendukung Keindahan Yang Ada Didanau Naga Sakti	65

Abstrak

Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

Firdaus

NPM : 139110018

Pengembangan sektor pariwisata pada dasarnya merupakan usaha dan upaya untuk mengembangkan potensi wisata yang dimiliki oleh suatu daerah. Upaya pengembangan ini harus sejalan dengan pengembangan jasa dan sarana pariwisata agar mendapatkan hasil yang optimal. Namun objek wisata ini dinilai belum maksimal dalam pengelolaannya. Hal ini dapat dibuktikan melalui tingkat kunjungan pada objek wisata. Jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata ini cenderung bersifat insidental yaitu ramai hanya pada hari-hari tertentu saja. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak dan faktor penghambatnya. Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah desa dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak dikatakan masih belum optimal terlaksana dengan baik, hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang masih belum signifikan. Ada beberapa jenis strategi komunikasi promosi yang penulis amati untuk membantu dalam proses promosi objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak seperti: pembuatan website di internet. Adapun yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi pemerintah desa dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak, penulis bagi menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat bagi pemerintah desa itu sendiri. Yang menjadi faktor pendukungnya adalah: keterbukaan antar pegawai, tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung, *team work* yang baik, hubungan baik dengan media massa dan pihak swasta, dan Kemajuan Teknologi. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat adalah: masih minim anggaran yang dialokasikan oleh pemerintah daerah serta dukungan dari masyarakat setempat yang masih kurang membantu dalam proses promosi ini.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Pengembangan Objek Wisata

Abstract

Village Government Communication Strategy in Object Development Efforts Wisata Danau Naga Sakti, Siak Regency

Firdaus
NPM: 139110018

The development of the tourism sector is basically an effort and effort to develop the tourism potential of an area. This development effort must be in line with the development of tourism services and facilities in order to obtain optimal results. However, this tourist attraction is considered not optimal in its management. This can be proven by the level of visits to tourist objects. The number of visitors who come to this tourist attraction tends to be incidental, which is busy only on certain days. The purpose of this research is to find out and get an overview of the communication strategy of the village government in the development of a tourist attraction for Danau Naga Sakti, Siak Regency and its inhibiting factors. A communication strategy which is a combination of communication planning with communication management to achieve predetermined goals. This communication strategy must be able to show how the operation should be practically carried out, in the sense that the approach can be different from time to time depending on the situation and conditions. The research method used is a qualitative method. From the research results, it is known that the communication strategy carried out by the village government in promoting the tourism object of Danau Naga Sakti, Siak Regency, is said to be still not optimally implemented, seen from the level of tourist visits which is still not significant. There are several promotional communication strategies that the author observes are very helpful in the process of promoting the Danau Naga Sakti tourism object, Siak Regency, such as: making websites on the internet. As for the factors that influence the village government in promoting the tourism object of Danau Naga Sakti, Siak Regency, the writer divides it into supporting factors and inhibiting factors for the village government itself. The supporting factors are: openness among employees, the availability of supporting facilities and infrastructure, good team work, good relations with the mass media and the private sector, and technological advances. Meanwhile, the inhibiting factors are: there is still a minimum budget allocated by the local government and the support from the local community who is still not helpful in this promotion process.

Keywords : Strategy, Communication, Tourism Object Development

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting dalam pembangunan, karena sumber daya manusia yang rendah menjadikan kondisi masyarakat kurang mampu dalam melihat serta mengatasi masalah hidupnya, yang kemudian akan berdampak pada meningkatnya jumlah pengangguran. Oleh karena itu usaha pengembangan sumber daya manusia merupakan hal yang harus dan perlu dilakukan.

Tantangan yang dihadapi umat manusia dewasa ini adalah perubahan peradaban yang terjadi dalam waktu cepat, dengan skala besar dan secara substansi mendasar. Perubahan menimbulkan kompleksitas, ketidakpastian dan konflik sebagai peluang tetapi juga sekaligus mendatangkan masalah yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Pembangunan menimbulkan perubahan keadaan dan pergeseran peran pelaku, ada yang diuntungkan dan dirugikan.

Pariwisata merupakan suatu industri yang banyak menghasilkan devisa bagi negara, sehingga pemerintah berusaha untuk meningkatkan sektor ini dengan mengambil langkah-langkah kebijaksanaan pembangunan pariwisata. Dilihat dari letak geografisnya, Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam. Hal ini merupakan modal untuk mengembangkan industri pariwisata dengan memanfaatkan potensi alam dan budaya yang besar. Pemandangan alam gunung, lembah, air terjun, hutan, sungai, danau, goa, dan

pantai merupakan sumber daya alam yang memiliki potensi besar untuk area wisata alam. Dengan demikian, perekonomian negara dapat meningkat seiring meningkatnya sektor pariwisata (Fandeli, 2005: 7).

Peranan pariwisata dalam pembangunan Negara pada garis besarnya berintikan tiga segi : ekonomi (sumber devisa), sosial (penciptaan lapangan kerja), dan kultural (memperkenalkan kebudayaan kepada wisatawan). Perlu disadari bahwa pariwisata dalam proses perkembangannya, juga memiliki dampak terhadap bidang sosial dan budaya (Spillance, 2003: 54).

Pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek wisata dan daya tarik wisata, yang terwujud antara lain dalam bentuk keindahan alam, keragaman flora dan fauna, tradisi dan budaya serta peninggalan sejarah dan purbakala (Yoeti, 2002: 12).

Kegiatan wisata terjadi karena adanya keterpaduan antara berbagai fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan serta mempunyai peranan yang sama pentingnya yang sering disebut juga komponen wisata (Suyitno, 2004: 24). Keberhasilan pembangunan sektor pariwisata nasional sangat didukung oleh peran dan program peningkatan serta pengembangan potensi pariwisata diseluruh wilayah Indonesia. Pariwisata juga merupakan sektor andalan dalam pembangunan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat diperlukan dalam menyongsong otonomi daerah.

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan

(*sustainable development paradigma*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar. Pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti merupakan upaya kecil dan lokal semata, tetapi perlu diletakkan dalam konteks kerjasama masyarakat secara global. Dari beberapa ulasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat adalah pariwisata dimana masyarakat atau warga setempat memainkan peranan penting dan utama dalam pengambilan keputusan mempengaruhi dan memberi manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka (Usman, 2008: 56)

Dalam konsep pariwisata berbasis masyarakat terkandung didalamnya adalah konsep pemberdayaan masyarakat, upaya pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya selalu dihubungkan dengan karakteristik sasaran sebagai suatu komunitas yang mempunyai ciri, latar belakang, dan pemberdayaan masyarakat, yang terpenting adalah dimulai dengan bagaimana cara menciptakan kondisi suasana, atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang.

Dalam mencapai tujuan pemberdayaan, berbagai upaya dapat dilakukan melalui berbagai macam strategi. Salah satu strategi yang memungkinkan dalam pemberdayaan masyarakat adalah pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang secara konseptual memiliki ciri-ciri unik serta sejumlah karakter yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Pariwisata berbasis masyarakat menemukan rasionalitasnya dalam property dan ciri-ciri unik dan karakter yang lebih unik diorganisasi dalam skala yang kecil, jenis pariwisata ini pada dasarnya merupakan, secara

ekologis aman, dan tidak banyak menimbulkan dampak negatif seperti yang dihasilkan oleh jenis pariwisata konvensional

2. Pariwisata berbasis komunitas memiliki peluang lebih mampu mengembangkan obyek-obyek dan atraksi-atraksi wisata berskala kecil dan oleh karena itu dapat dikelola oleh komunitas-komunitas dan pengusahapengusaha lokal.
3. Berkaitan sangat erat dan sebagai konsekuensi dari keduanya lebih dari pariwisata konvensional, dimana komunitas lokal melibatkan diri dalam menikmati keuntungan perkembangan pariwisata, dan oleh karena itu lebih memberdayakan masyarakat (Nasikun, 2000: 26-27)

Tantangan mewujudkan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat adalah memerlukan pemberdayaan masyarakat yang sungguh-sungguh dilakukan oleh, dari, dan untuk masyarakat secara partisipatif muncul sebagai alternative terhadap pendekatan pembangunan yang serba sentralistik dan bersifat *top down*. Munculnya proses partisipasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat mendasarkan atas dua perspektif, Pertama; pelibatan masyarakat setempat dalam pemilihan, perancangan, perencanaan dan pelaksanaan, program yang akan mewarnai kehidupan masyarakat. Kedua; partisipasi transformasional sebagai tujuan untuk mengubah kondisi lemah dan marjinal menjadi berdaya dan mandiri.

Di Riau, menapaki area wisata yang rindang dengan suasana jalan yang juga tenang tentu diyakini langka bagi masyarakatnya. Dengan kondisi alam seadanya, daerah ini hanyalah sebuah arena singgah bagi pendatang yang ingin mencari hiburan. Di balik pendapat publik yang menyatakan Riau “*gersang*” akan

hiburan alam, masih tersimpan sebuah wahana alam yang sudah selayaknya patut dikembangkan dan dijadikan area promosi bagi wisatawan. Provinsi Riau dikenal dengan tanah kebudayaan melayu dengan melihat berbagai faktor peninggalan sejarah melayu yang ada di provinsi Riau, Kabupaten Siak merupakan salah satu Kabupaten dengan ibu kotanya “ Siak Sri Indrapura “ yang ada di Provinsi Riau.

Kecamatan Pusako adalah salah satu dari beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Siak. Kecamatan Pusako memiliki Luas Wilayah +220.448Ha, dengan Pusat Pemerintahan terletak di Kampung Dusun Pusaka yang berjarak +35 Km² dari pusat Pemerintahan Kabupaten Kecamatan Pusako memiliki 7 kampung.

Kampung dosan berasal dari nama sungai yang berada di Siak Kiri. Kampung dosan terletak pada 0.97926412 LS dan 102.08833239 BT. Secara administrasi kampung dosan berada di Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dengan luas wilayah sekitar 11.250 Ha, dimana sebelah utara berbatasan dengan Buton, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Bunga Raya, sebelah barat berbatasan dengan Kampung Benayah, dan sebelah timur berbatasan dengan Kampung Sungai Limau.¹

Danau Naga Sakti ini memiliki panorama yang indah, sejuk, nyaman dan Suasana Alam yang hijau sangat alami yang di tumbuh pepohonan, Bukan hanya karena warna airnya, tetapi juga karena suhunya yang selalu hangat baik saat siang ataupun malam dan dapat memanjakan mata wisatawan ditambah lagi pesona alam yang masih asli, memungkinkan di kembangkan sebagai tempat atraksi wisata seperti, memancing, bersepeda air, Outbond dan lain-lain.

¹ Siak Kap.go.id.

Pengunjung wisata di danau naga sakti ini tidak terlihat ramai, dikarenakan tempat dan letak yang terlalu jauh dari pemukiman ataupun keramaian ,Danau Naga Sakti akan ramai di kunjungi wisatawan setiap harinya, maka di perlukan suatu program yang berkesinambungan dan kerjasama yang baik antar sektor terkait seperti peran pemerintah desa dan dinas terkait yang berhubungan dalam membangun kawasan pariwisata Danau Naga Sakti Ini Danau naga sakti ini pun termasuk kedalam prioritas pembangunan ataupun pengembangan desa Oleh karena itu pada tahun 2004 masyarakat pernah mencoba melestarikan danau ini dengan menjadikannya objek wisata alam yang dimulai dari bantuan karang taruna tetapi hasilnya tidak memuaskan karena tidak adanya dukungan dari Pemerintah kapung dan Pemerintah Kabupaten pada saat itu. Sekaligus juga masyarakat banyak yang belum mengerti dan mengetahui bagaimana cara mendapatkan dukungan menjadikan kawasan Danau Naga Sakti itu sebagai kawasan wisata alam.

Pemanfaatan pengembangan objek objek wisata yang ada dikabupaten siak diharapkan dapat memberi dampak kepada perekonomian masyarakat,terutama masyarakat sekitar objek wisata. Maka dari pada itu untuk mendukung pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti dan meningkatkan Upaya Pengembangan serta peran sektor pariwisata dalam pembangunan wilayah perlu upaya pengembangan sektor pariwisata yang menjadi landasan dan pedoman dalam menggali potensi dan pemanfaatan pariwisata yang dapat menarik para wisatawan untuk mengunjungi Objek Wisata Danau Naga Sakti ini.

Pengembangan sektor pariwisata pada dasarnya merupakan usaha dan upaya untuk mengembangkan potensi wisata yang dimiliki oleh suatu daerah baik kekayaan flora dan fauna, tradisi dan seni budaya maupun peninggalan-peninggalan sejarah. Upaya pengembangan ini harus sejalan dengan pengembangan jasa dan sarana pariwisata agar mendapatkan hasil yang optimal. Namun objek wisata ini dinilai belum maksimal dalam pengelolaannya. Hal ini dapat dibuktikan melalui tingkat kunjungan pada objek wisata yang datang ke Kabupaten Siak. Jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata ini cenderung bersifat insidental yaitu ramai hanya pada hari-hari tertentu saja.

Berdasarkan latar belakang dan masalah tersebut maka dapat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.**

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya komunikasi antar pemerintah desa dengan masyarakat dalam mensosialisasikan tentang masyarakat pedagang sadar wisata agar dapat mengembangkan objek wisata Danau Naga Sakti.
2. Belum maksimalnya upaya pemerintah desa dalam pengelolaan pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti yang masih dilihat dari kurangnya fasilitas tempat duduk dan area jalan yang belum layak.

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak dan faktor penghambatnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis, dapat menjadi bahan bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi komunikasi.
- b. Manfaat praktis, sebagai masukan atau sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi pemerintah desa dalam membentuk pengembangan objek wisata.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Menurut defenisi forsdale dalam (Muhammad 2015:2) komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah.

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Dengan komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari disekolah maupun dalam organisasi dan juga dalam berinteraksi antar sesama manusia dimana pun berada. Tidak ada manusia yang tidak terlibat komunikasi.

Dalam Mulyana (2010:16) Bila kita memikirkan komunikasi suatu proses, maka ada beberapa karakteristik yang membantu kita memahami bagaimana sebenarnya komunikasi itu berlangsung. *Pertama*, komunikasi itu dinamik, komunikasi adalah suatu aktivitas yang terus berlangsung dan selalu berubah. Sebagai para pelaku komunikasi, secara konstan kita dipengaruhi oleh pesan orang lain dan sebagai konsekuensinya, kita mengalami perubahan yang terus menerus. *Kedua*, komunikasi itu interaktif. Komunikasi terjadi antara sumber dan penerima. Ini mengaplikasikan dua orang atau lebih yang membawa latar belakang dan pengalaman unik mereka masing-masing ke peristiwa komunikasi. Latar belakang dan pengalaman mereka tersebut mempengaruhi interaksi mereka.

Ketiga, komunikasi itu tak dapat dibalik (*irreversible*) dalam arti bahwa sekali kita mengatakan sesuatu dan seseorang telah menerima pesan, kita tidak dapat menarik kembali pesan itu dan sama sekali meniadakan pengaruhnya. Sekali penerima telah dipengaruhi oleh suatu pesan, pengaruh tersebut tidak dapat ditarik kembali sepenuhnya. *Keempat*, komunikasi berlangsung dalam *konteks fisik* dan *konteks sosial*. Ketika berinteraksi dengan seseorang, interaksi tidaklah terisolasi, tetapi ada dalam lingkungan fisik tertentu dan dinamika sosial tertentu. Lingkungan fisik meliputi objek-objek fisik tertentu seperti kenyamanan atau ketidaknyamanan, kursi, warna dinding, atau suasana ruangan keseluruhan, sebagian kecil saja dari lingkungan ini.

Menurut Muhammad (2007:17) mengatakan bahwa komponen dasar komunikasi ada lima yaitu: pengiriman pesan, pesan, saluran, penerima pesan dan balikan. Masing-masing komponen tersebut akan dijelaskan kembali secara ringkas.

a. Pengiriman pesan

Pengiriman pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengiriman mengirim pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan arti tersebut kedalam satu pesan.

b. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, telepon dan lain-lain nya.

c. Saluran

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengiriman dengan si penerima. *Channel* yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Misalnya bila dua orang berbicara tatap muka gelombang suara dan cahaya di udara berfungsi sebagai saluran.

d. Penerima pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

e. Balikan

Balikan adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim.

2. Strategi Komunikasi

a. Defenisi Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan Manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. (Effendy,2014:32).

Keberhasilan kegiatan komunikasi banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Sedangkan untuk menilai proses komunikasi dapat di telaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya maka untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut terutama efek dari proses komunikasi tersebut digunakan telaah model komunikasi.

Namun dalam kajian ini strategi komunikasi akan dijadikan suatu pijakan dalam mengelola proses interaksi yang terjadi dalam suatu organisasi agar efektif dan efisien dalam mencapai tujuan didirikannya. Dengan perencanaan strategi

komunikasi yang matang maka diharapkan kita bisa mendapatkan rasa saling pengertian sehingga hubungan baik antara perusahaan dan karyawannya dapat terjaga dengan baik. Rasa saling pengertian itu akan menimbulkan rasa saling mempercayai sehingga motivasi karyawan dalam melakukan pekerjaan akan menjadi lebih baik. Jadi dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai pematangan rencana agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya adalah:

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting decision making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai. (Liliweli, 2011:251).

c. Perumusan Strategi Komunikasi

Seorang perencana komunikasi untuk mencapai tujuan diperlukan perumusan strategi yang tepat sebelum melakukan segala sesuatunya. Namun kita perlu memahami apakah perumusan strategi menurut pendapat beberapa ahli. Menurut David Hunger & Thomas L. Wheelen “Perumusan Strategi adalah pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan.” (Effendy, 2014 : 34)

Menurut pendapat diatas artinya sebelum perumusan dilakukan diadakan penelitian apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, juga apa saja yang mendatangkan ancaman atau bahkan kesempatan bagi perusahaan. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara yang mengatakan bahwa “Perumusan strategi merupakan keputusan atas pilihan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan setelah analisis lingkungan internal dan eksternal sudah dilakukan.”(Effendy, 2014 : 34)

Perumusan strategi komunikasi seperti yang diusulkan oleh Anwar Arifin (2010:29) terbagi atas beberapa tahapan, yakni :

1. Mengenal khalayak

Mengenal khalayak perlu dilakukan guna memaksimalkan strategi agar dapat berjalan sesuai dengan harapan dan agar mampu menjadi tolak ukur guna menentukan strategi apa yang akan digunakan. Khalayak merupakan komunikan yang akan menerima pesan dan menjadi fokus dalam program komunikasi, sehingga mengenal khalayak menjadi sangat penting.

2. Menyusun pesan

Setelah mengenali khalayak, komunikator perlu untuk menyusun pesan apa yang akan disampaikan dan disebarakan kepada komunikan dalam hal ini adalah khalayak. Pesan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak, baik secara ekonomi, pendidikan, sosial budaya ataupun agama.

3. Menetapkan metode yang dipakai

Setelah pesan disusun sesuai dengan khalayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai.

4. Seleksi dan penggunaan media

Seleksi dan penggunaan media menjadi penentu sampainya pesan kepada target komunikasi. Penggunaan media sangat disesuaikan dengan karakteristik khalayak, jenis pesan dan metode komunikasi yang diterapkan, apakah menggunakan media cetak atau surat kabar, radio ataupun televisi dan media online.

3. Konsep Komunikasi Pemasaran

Komunikasi merupakan proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang dimana seseorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain. Sedangkan menurut Kotler (2004:5) pemasaran adalah pemberian proses kepuasan konsumen untuk mendapatkan laba. Dari kedua definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadi 3 perubahan yaitu: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan yang tidak dikehendaki. (Soemanagara, 2006:4)

Menurut Koetler dan Keller, *“marketing communications are the means by which firm attempts to inform, persuade, and remind consumers-directly or*

indirectly- about the product and brand they sell". Komunikasi pemasaran merupakan sarana bagi perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Hal ini berarti, komunikasi pemasaran mewakili "suara" dari perusahaan dan merek perusahaan serta sarana yang dapat membangun dialog dan juga membangun hubungan dengan konsumen (Kotler, 2009 : 510).

Secara teoritis dan praktis, aktivitas promosi dapat dikatakan sebagai bagian dari komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah bagian dari aktivitas keseluruhan pemasaran. Pemasaran sendiri banyak didefinisikan oleh para ahli. Menurut Kotler and Keller "*marketing is a social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating offering, and freely exchanging product and services of value with others*". Pemasaran adalah proses sosial dimana individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan penilaian pelayanan dari orang lain (Kotler, 2009 :45).

Soemanegara (2006:1) berpendapat ada 5 model komunikasi dalam pemasaran :

a) Iklan (*Advertising*).

Iklan (*Advertising*) adalah komunikasi massa melalui surat kabar , majalah, radio, televisi dan media lain atau komunikasi langsung yang didesain khusus untuk pelanggan antar bisnis (*Business-to-Business*) maupun pemakai akhir.

b) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba merangsang terjadinya pembelian suatu produk yang cepat terjadinya pembelian dalam waktu singkat.

c) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*).

Hubungan masyarakat yaitu sesuatu yang merangkum secara keseluruhan komunikasi yang terencana baik kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

d) Penjualan Perorangan (*Personal selling*).

Penjualan perorangan yaitu suatu bentuk komunikasi langsung antara seorang penjual dengan calon pembelinya (*person-to-person communication*) Dalam hal ini, penjual berupaya untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

e) Penjualan Langsung (*Direct Selling*).

Penjualan langsung adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan sasaran dengan maksud untuk menimbulkan tanggapan dan atau transaksi penjualan.

4. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2008:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

1. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

a. Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tönnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang dinamakan *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *Gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional seperti pergaulan di kantor dan dalam organisasi.

Contoh berkomunikasi dalam *Gemeinschaft* adalah seorang istri dan anak tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *Gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan di daerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

b. Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan

sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Seorang pemirsa mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang ditampilkan pada pesawat amat terang dan suara yang keluar amat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seseorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging lezat sekali. Si pemirsa tadi hanya menerimanya dalam pengertian *accepted* (secara rohani) jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.

c. Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

2. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi.

3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telephon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat.

4. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

Contoh nya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

a. komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihadiri, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

e. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

B. Defenisi Operasional

1. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah.

2. Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Rahmat Rozi (2018)	Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandoriah	Bagaimana elemen – elemen komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan pantai Gandoriah agar meningkatnya kunjungan wisatawan	Hasil penelitian yaitu Penggunaan media promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman seperti event, <i>booklet</i> , media social, <i>website</i> dan brosur. Belum semua media yang digunakan serta dapat menghususkan promosi Pantai Gandoriah.
2	Veni Fitra Meilisa (2018)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	bagaimanakah Strategi Komunikasi Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop	Hasil penelitian ini Tahapan strategi komunikator yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan ada empat, yaitu 1) perencanaan, 2) Pengusulan, 3) Persiapan teknis, 4) pelaksanaan program.

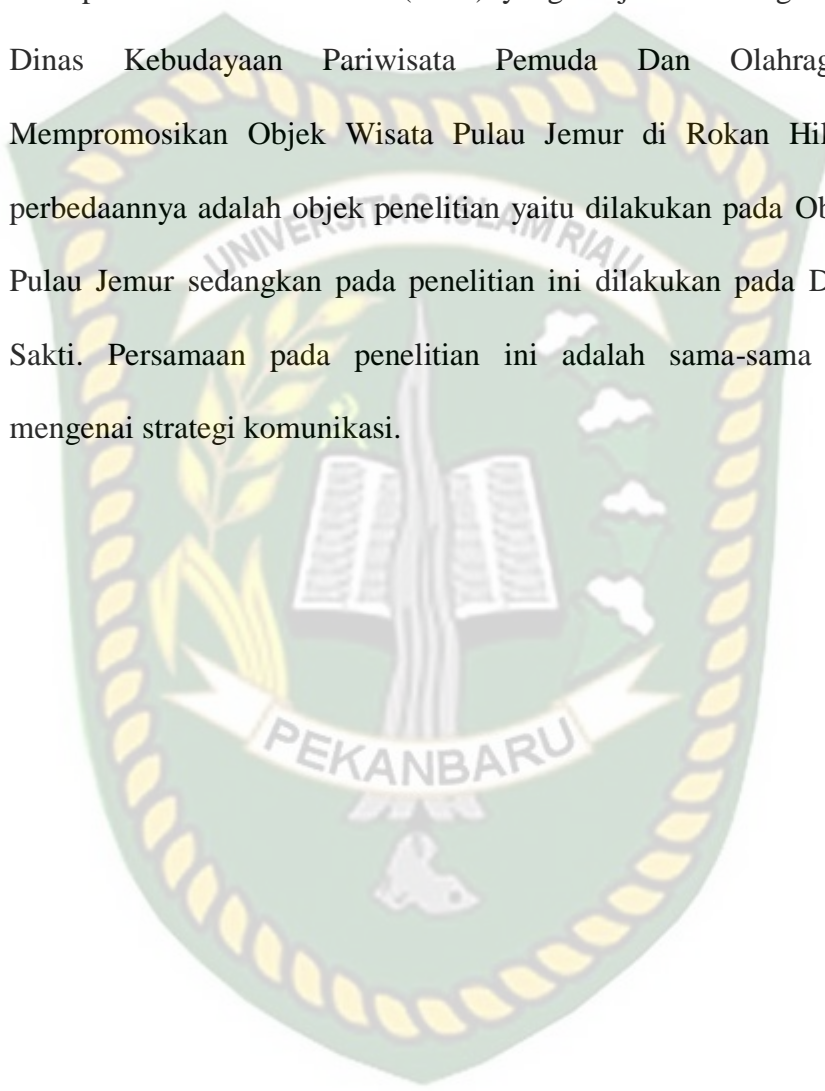
3	Pras Tiono (2015)	Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir	Bagaimanakah Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir	Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas kebudayaan Pariwisata pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan objek wisata Pulau Jemur dikatakan masih belum maksimal dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan yang masih belum signifikan. Ada beberapa strategi
---	-------------------	---	--	--

Perbandingan dengan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Rahmat Rozi (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandoriah. Adapun menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Pantai Gondoriah sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Naga Sakti. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.
2. Dari penelitian Veni Fitra Meilisa (2018) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan Dan Olahraga, Dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Menarik Minat Pengunjung Objek Wisata Pantai Solop. Adapun yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pantai Solop sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Naga Sakti.

Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.

3. Dari penelitian Pras Tiono (2015) yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur di Rokan Hilir menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu dilakukan pada Objek Wisata Pulau Jemur sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada Danau Naga Sakti. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi komunikasi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penelitian berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana Nawawi, (2003:63). Dalam penelitian kualitatif dilakukan pengumpulan data yang dibutuhkan. Setelah data-data dikumpulkan maka, peneliti menganalisa secara kualitatif. Analisa kualitatif adalah analisa yang tidak menggunakan matematis, model statistik, ekonometrik, atau model-model tertentu lainnya melainkan berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya Hasan, (2002:100). Alasan penelitian menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini menggunakan sumber informan yang berguna untuk perolehan data yang dibutuhkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sejalan dengan

definisi tersebut, Moeliono (1993: 862) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti.

Subjek penelitian ini yaitu Kepala Desa, perangkat desa dan masyarakat di sekitar objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak. Terkait pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti cenderung memilih informasi yang dianggap tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap dan mengetahui masalah secara mendalam.

2. Objek Penelitian

Menurut Chaer (2007: 17) objek merupakan merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Adapun objek dari penelitian ini yaitu upaya pemerintah desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dari penelitian yang akan dilakukan adalah di Danau Naga Sakti Kabupaten Siak.

Waktu penelitian ini adalah dari November 2019 – Maret 2020.

Tabel 3. Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Tahun 2019																				Ket
		November				Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■											
2	Seminar UP											■										
3	Riset												■									
4	Peneliti Lapangan													■	■							
5	Pengolahan Dan Analisis															■	■					
6	Konsultasi Bimbingan																	■				
7	Ujian Skripsi																		■	■	■	
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi																					
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																					

Sumber : Olahan Penulis

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Tahun 2020																				Ket
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penyusunan UP																					
2	Seminar UP																					
3	Riset																					
4	Peneliti Lapangan																					
5	Pengolahan Dan Analisis																					
6	Konsultasi Bimbingan																					
7	Ujian Skripsi																					
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi																					
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																					

Sumber : Olahan Penulis

D. Sumber Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu kepala desa, perangkat desa dan masyarakat yang di teliti berkaitan dengan yang diteliti, berupa kegiatan yang dilakukan mengenai upaya pemerintah desa dalam membentuk masyarakat pedagang sadar wisata.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak instansi berupa dokumem terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara dengan tehnik *indepth interview*, wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. (Daymon 2008:258)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dalam bentuk *interview*, dengan ini peneliti dapat memberi gambaran tentang subjek dalam mendefinisikan diri sendiri, lingkungan, tekanan situasi dan strategi manajemen yang diterapkan serta masalah-masalah yang dihadapi pada saat menjalankan manajemen tersebut yang dilakukan dengan pemerintah desa dan pedagang dengan kegunaan untuk mencapai hasil penelitian yang diharapkan. Dalam wawancara ini menggunakan format terbuka, dalam arti memberi kesempatan kepada informan untuk memberi jawaban sesuai dengan pemikiran mereka.

2. Dokumentasi

Yaitu dengan mengumpulkan data-data dan fakta-fakta yang termuat dalam dokumen. Dokumentasi dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen, rapat, catatan khusus, rekaman kaset, rekaman video, foto dan sebagainya Sukandarrumidi (2004: 101-102). Dokumentasi ini dilakukan pada objek penelitian untuk bisa merekam kejadian saat penelitian melalui foto-foto penelitian.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38)

Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis ini model yang digunakan yaitu interaktif, inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Humberman (dalam Mutmainnah 2005:4) yaitu :

1. Reduksi data (*data reduction*)

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari data-data tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk data analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.

2. Penyajian data (*data display*)

Diartikan sebagai sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

3. Membuat kesimpulan / *verifikasi*

Kesimpulan yang akan diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian ini berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang merupakan validitasnya. Model analisis interaktif ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa linear yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif dan memungkinkan pengulangan dalam menggali data dilapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linear yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sebelumnya kawasan ini merupakan bagian dari Kesultanan Siak Sri Inderapura. Di awal kemerdekaan Indonesia, Sultan Syarif Kasim II, merupakan Sultan Siak terakhir menyatakan kerajaannya bergabung dengan negara Republik Indonesia. Kemudian wilayah ini menjadi wilayah Kewedanan Siak di bawah Kabupaten Bengkalis yang kemudian berubah status menjadi Kecamatan Siak. Pada tahun 1999 berdasarkan UU No. 53 Tahun 1999, meningkat statusnya menjadi Kabupaten Siak dengan ibukotanya Siak Sri Indrapura.

Secara geografis Kabupaten Siak terletak pada koordinat 10 16' 30" — 00 20' 49" Lintang Utara dan 100 54' 21" 102° 10' 59" Bujur Timur. Secara fisik geografis memiliki kawasan pesisir pantai yang berhampiran dengan sejumlah negara tetangga dan masuk kedalam daerah segitiga pertumbuhan (growth triangle) Indonesia - Malaysia - Singapura.

Bentang alam Kabupaten Siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah di bagian Timur dan sebagian dataran tinggi di sebelah barat. Pada umumnya struktur tanah terdiri dari tanah podsolik merah kuning dan batuan dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah. Lahan semacam ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25° -- 32° Celsius, dengan kelembaban dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan Sungai Siak yang membelah wilayah Kabupaten Siak, daerah ini juga terdapat banyak tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Sungai Siak sendiri terkenal sebagai sungai terdalam di tanah air, sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, terutama sebagai sarana transportasi dan perhubungan. Namun potensi banjir diperkirakan juga terdapat pada daerah sepanjang Sungai Siak, karena morfologinya relatif datar.

Selain Sungai Siak, daerah ini juga dialiri sungai-sungai lain, yaitu: Sungai Mandau, Sungai Gasib, Sungai Apit, Sungai Tengah, Sungai Rawa, Sungai Buntan, Sungai Limau, dan Sungai Bayam. Sedangkan danau-danau yang tersebar di daerah ini adalah: Danau Ketialau, Danau Air Hitam, Danau Besi, Danau Tembatu Sonsang, Danau Pulau Besar, Danau Zamrud, Danau Pulau Bawah, Danau Pulau Atas dan Tasik Rawa.

Berdasarkan perhitungan siklus hidrologi, 15% surplus air dan curah hujan rata-rata bulanan menjadi aliran permukaan, maka memungkinkan terjadinya banjir musiman pada bulan-bulan basah. Dan analisis data curah hujan diketahui bahwa bulan basah berlangsung pada bulan Oktober hingga Desember, sedangkan bulan kering pada bulan Juni hingga Agustus. Distribusi curah hujan semakin meninggi ke arah Pegunungan Bukit Barisan di bagian barat wilayah Propinsi Riau.

Bentang alam Kabupaten Siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah di bagian Timur dan sebagian dataran tinggi di sebelah barat. Pada umumnya struktur tanah terdiri dari tanah podsolik merah kuning dan batuan, dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah.

Lahan semacam ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25° -- 32° Celsius, dengan kelembaban dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan Sungai Siak yang membelah wilayah Kabupaten Siak, daerah ini juga terdapat banyak tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Sungai Siak sendiri terkenal sebagai sungai terdalam di tanah air, sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, terutama sebagai sarana transportasi dan perhubungan. Namun potensi banjir diperkirakan juga terdapat pada daerah sepanjang Sungai Siak, karena morfologinya relatif datar.

Selain Sungai Siak, daerah ini juga dialiri sungai-sungai lain, yaitu: Sungai Mandau, Sungai Gasib, Sungai Apit, Sungai Tengah, Sungai Rawa, Sungai Buntan, Sungai Limau, dan Sungai Bayam. Sedangkan danau-danau yang tersebar di daerah ini adalah: Danau Ketialau, Danau Air Hitam, Danau Besi, Danau Tembatu Sonsang, Danau Pulau Besar, Danau Zamrud, Danau Pulau Bawah, Danau Pulau Atas, dan Tasik Rawa.

Adapun kecamatan yang ada di Kabupaten Siak yaitu :

1. Kecamatan Bunga Raya
2. Kecamatan Dayun
3. Kecamatan Kandis
4. Kecamatan Kerinci Kanan
5. Kecamatan Koto Gasip
6. Kecamatan Siak
7. Kecamatan Sabak Auh

8. Kecamatan Tualang
9. Kecamatan Minas
10. Kecamatan Sungai Apit
11. Kecamatan Pusako
12. Kecamatan Lubuk Dalam
13. Kecamatan Sungai Mandau
14. Kecamatan Mempura

Sedangkan batas wilayah Kabupaten Siak yaitu :

- Utara : Kabupaten Bengkalis
Selatan : Kabupaten Pelalawan
Barat : Kabupaten Siak dan Kota Pekanbaru
Timur : Kabupaten Kepulauan Meranti

Seusai dengan yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah, maka Visi Pembangunan Kabupaten Siak Tahun 2005-2025 adalah : "Pusat Budaya Melayu di Riau yang didukung oleh agribisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju dalam lingkungan masyarakat yang agamis dan sejahtera pada Tahun 2025"

Untuk mewujudkan Visi jangka panjang tersebut Pemerintah tertinggi Kabupaten Siak telah menetapkan Visi jangka menengah 2006 - 2011, yaitu: "Terwujudnya kesejahteraan rakyat yang lebih merata dan terbentuknya landasan yang kuat menuju Kabupaten Siak sebagai pusat budaya Melayu di Riau yang didukung agribisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju"

Visi jangka menengah diatas merupakan visi periode lima tahun pertama, 2006 — 2011, dan periode pembangunan jangka panjang dua puluh lima tahunan Kabupaten Siak. Visi, mencerminkan bahwa titik berat pembangunan lima tahun pertama Kabupaten Siak adalah pemerataan kesejahteraan dan peningkatan tumpuan ekonomi pada sumber daya alam yang dapat diperbaharui dengan mengutamakan agroindustri sebagai lokomotif ekonomi. Hasil-hasil pembangunan lima tahun pertama tersebut menjadi landasan untuk pembangunan empat periode lima tahunan berikutnya.

Visi jangka menengah lima tahunan Kabupaten Siak, dilandasi oleh analisis kondisi umum daerah yang terjadi pada lima tahun terakhir dan rediksi kondisi umum Kabupaten Siak lima tahun ke depan sebagai berikut:

- a. Adanya tekanan yang mulal meningkat terhadap kondisi geomorfologi dan lingkungan hidup Kabupaten Siak saat ini, akibat pertumbuhan penduduk dan persaingan untuk mendapatkan sumberdaya lahan, sumber daya air dan sumber daya lainnya. Diprediksikan dimasa depan tekanan terhadap lingkungan hidup akan semakin berat, sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk Kabupaten Siak. Untuk itu diharapkan misi-misi yang dicanangkan dapat mengatasi atau setidaknya mengurangi dampak negatif kecenderungan masa depan tersebut.
- b. Adanya berbagai permasalahan demografi Kabupaten Siak saat mi, terutama permasalahan tidak meratanya kepadatan penduduk, tidak meratanya kesejahteraan rakyat, jumlah angkatan kerja, dan jumlah pencari kerja yang meningkat terus dari tahun ke tahun. Prediksi kondisi

demografi dimasa mendatang mengindikasikan adanya peningkatan intensitas terhadap permasalahan-permasalahan demografis tersebut. Dalam hal ini, diharapkan misi-misi yang dicanangkan dapat mengatasi atau setidaknya mengurangi dampak negatif kecenderungan masa depan tersebut.

- c. Nilai-nilai dan norma-norma budaya Melayu melekat pada Sumber Daya Manusia Kabupaten Siak, karena itu pengembangannya hendaknya sejalan dengan pengembangan sumber daya manusia. Pengembangan budaya Melayu dilaksanakan bersamaan dengan pengembangan sumber daya manusia, yakni sejak usia dini kepada anak-anak di Kabupaten Siak, melalui muatan lokal dalam kurikulum pendidikan usia dini, pendidikan dasar pendidikan menengah dan pendidikan tinggi.
- d. Adanya kondisi ekonomi dan sumber daya alam Kabupaten Siak saat ini, yang mengerucut pada struktur ekonomi tertentu, yaitu struktur ekonomi yang bertumpu pada sektor Primer yang didominasi oleh lapangan usaha pertambangan. Diperlukan perubahan struktur ekonomi yang lebih menjamin kesinambungan kesejahteraan, yaitu struktur yang tidak terlalu tergantung pada sektor pertambangan. Sementara itu, lapangan usaha pertanian di Siak termasuk maju dibandingkan rata-rata Propinsi Riau. Namun kemajuannya tertekan, karena pertumbuhan dibawah rata-rata Propinsi Riau. Peningkatan produktivitas pertanian merupakan salah satu hal yang dapat meningkatkan pertumbuhan pertanian di Kabupaten Siak,

sehingga setidaknya setara atau lebih besar dan pada rata-rata pertumbuhan Propinsi Riau.

- e. Adanya sumbangan PDRB yang dominan dan Sektor Primer, terutama lapangan usaha pertambangan. Namun persentase jumlah penduduk Kabupaten Siak yang terlibat di lapangan usaha pertambangan sangat sedikit. Hal ini antara lain disebabkan teknologi produksi pada lapangan usaha pertambangan hanya membutuhkan sedikit tenaga kerja. PDRB yang besar dan jumlah tenaga kerja yang sedikit, mencerminkan kemakmuran bagi tenaga kerja yang bekerja di lapangan usaha ini. Sementara itu di lapangan usaha pertanian, kontribusi PDRB yang lebih kecil dihasilkan oleh tenaga kerja yang lebih banyak. Hal ml menyebabkan ketimpangan kesejahteraan diantara masyarakat Siak. Dimasa depan, lapangan usaha pertambangan tidak akan bertambah, sehingga diperlukan dorongan ke arah sektor sekunder, terutama industri pengolahan yang berbasis agroindustri untuk penyerapan tenaga kerja, agar tercapai pemerataan kesejahteraan yang lebih baik.
- f. Adanya peningkatan pada persentase jumlah penduduk yang bekerja di Sektor Tersier, walaupun kontribusi sektor ini terhadap PDRB masih relatif kecil. Kontribusi PDRB yang kecil dengan jumlah pekerja yang banyak, mengindikasikan bahwa nilai tambah yang dihasilkan masing-masing pekerja sangat kecil Perlu ada upaya peningkatan kualitas dan produktivitas Sumber Daya Manusia di sektor ini agar nilai tambah yang

dihasilkan masing-masing pekerja menjadi besar. Sehingga total kontribusi nilai tambahnya terhadap PDRB menjadi besar.

- g. Adanya kondisi sarana dan prasarana Kabupaten Siak yang saat ini cukup baik dalam segi kualitas, walaupun masih kurang dalam segi rasio kuantitas per penduduk, terutama rasio rumah sakit umum per penduduk. Di masa depan diprediksikan rasio jumlah sarana dan prasarana per penduduk di Kabupaten Siak akan semakin kecil akibat tidak sebandingnya pertumbuhan jumlah penduduk dengan pertumbuhan jumlah sarana dan prasarana.
- h. Adanya kondisi Pemerintahan Kabupaten Siak yang saat ini semakin dituntut untuk meningkatkan kinerja dalam segi kualitas pelayanan, keandalan pelayanan, cepat tanggap dalam pelayanan, keyakinan pelayanan, bagi rasa dan perhatian dalam pelayanan. Diprediksikan dimasa depan tuntutan terhadap kinerja pemerintahan akan semakin tinggi.

Seusai dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Siak Tahun 2005 - 2025, maka misi jangka panjang Kabupaten Siak adalah sebagai berikut:

- a. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak sebagai pusat budaya Melayu di Riau adalah menjadikan Adat-istiadat Melayu sebagai nilai dasar dan alat pemersatu warga dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas serta menjunjung tinggi norma-norma hukum.

- b. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak dengan sektor agrobisnis, agroindustri dan pariwisata yang maju adalah mendorong pembangunan sektor-sektor tersebut untuk yang menjamin pemerataan yang seluas-luasnya didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas, infrastruktur yang maju, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan berwawasan lingkungan;
- c. Misi Mewujudkan Kabupaten Siak yang agamis dan sejahtera adalah mendorong pembangunan yang mampu mewujudkan rasa aman dan damai, mampu menampung aspirasi masyarakat yang dinamis, yang menjamin penegakan hukum yang adil, konsekuen, tidak diskriminatif, mengabdikan pada kepentingan masyarakat luas. Untuk melaksanakan Misi jangka panjang tersebut Pemerintah tertinggi Kabupaten Siak telah menetapkan Misi jangka menengah untuk lima tahun ke depan (2006 — 2011), yaitu:
1. Mengembangkan dan meningkatkan sarana prasarana daerah yang mendukung peningkatan pemerataan pelayanan kepada masyarakat dan pembangunan daerah yang berkelanjutan;
 2. Mengembangkan dan meningkatkan Sumber Daya Manusia professional yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dan berjiwa kewirausahaan dengan di landasi keimanan, ketaqwaan, dan nilai—nilai Budaya Melayu;
 3. Memberdayakan masyarakat, sumber daya alam dan seluruh kekuatan ekonomi daerah untuk memperkuat landasan struktur perekonomian

berbasis kerakyatan yang bertumpu pada agribisnis, agroindustri dan pariwisata;

B. Hasil Penelitian Tentang Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dalam Upaya Pengembangan Objek Wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana hasil dan pembahasan yang telah peneliti lakukan yang mengacu pada identifikasi masalah yang terdapat pada penelitian ini, diantaranya ialah sebagai berikut:

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak merupakan instansi Pemerintah yang Paling penting dalam memajukan kepariwisataan, pengembangan serta pembangunan sektor pariwisata, Pemerintahan Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak tidak hentinya melaksanakan program-program serta kegiatan yang bersentuhan langsung terhadap kepariwisataan. Melalui dukungan APBD Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, setiap tahunnya di anggarkan untuk berbagai hal kegiatan telah dan akan senantiasa dilakukan dalam mempersiapkan dan mewujudkan agar kabupaten Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menjadi daerah tujuan wisata yang di unggulkan dan potensial bagi provinsi Riau.

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak merupakan Instansi yang berwenang mengelola dan menjaga objek wisata Danau Naga Sakti. Dinas ini juga harus melakukan kegiatan promosi objek wisata Danau Naga Sakti supaya kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara bisa menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini juga bisa meningkatkan pendapatan

daerah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak serta menambah pendapatan bagi masyarakat tempatan.

Beberapa kegiatan kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dengan instansi lain, baik instansi daerah maupun instansi luar daerah. Dimana kerja sama ini dibuat dalam bentuk penyelenggaraan *event*. Kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah desa merupakan bagian dari strategi komunikasi dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, antara lain;

1. Mengetahui khalayak yang dilakukan Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti

Setelah melakukan strategi komunikator, dan kemudian yang menjadi penting adalah bagaimana menentukan khalayak. Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak sebagai komunikator harus benar-benar tepat menentukan komunikasi yang akan menjadi target dari strategi komunikasi untuk menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti.



Gambar.1.1.Salah satu kegiatan untuk menarik minat pengunjung

Dalam strategi menentukan khalayak dipenelitian ini peneliti membagi menjadi dua yaitu khalayak *primer*. Khalayak *primer* umumnya menjadi sasaran langsung segala upaya yang terkait dengan program atau promosi yang sedang dilakukan. Khalayak *primer* adalah masyarakat yang secara langsung mengikuti program-program yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak untuk menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti. Dalam hal ini yang menjadi khalayak *primer* adalah pemuda atau komunitas pemuda yang ada di sekitaran kecamatan pusako seperti komunitas teater, komunitas foto dan komunitas tari. Nantinya Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak akan melibatkan pemuda atau komunitas pemuda ini dalam beberapa kegiatan yang akan dilaksanakan dengan alasan bahwa pemuda atau komunitas pemuda ini dapat menyebarluaskan objek wisata Danau Naga Sakti kepada masyarakat luas karena mereka memiliki kecenderungan aktif di media sosial dan juga secara umum mereka juga memiliki kebiasaan berkumpul secara berkelompok yang akan memudahkan dalam penyebaran informasi seputas objek wisata Danau Naga Sakti. Dan Khalayak *sekunder* adalah masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam program akan tetapi mengetahui program yang sedang atau sudah dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

Dalam hal ini yang menjadi khalayak *sekunder* adalah seluruh masyarakat luas terkhusus yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Walaupun mereka tidak terlibat langsung tetapi mereka tetap menjadi khalayak sasaran Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Karena

dengan adanya interaksi komunitas pemuda pada media sosial yang merupakan pintu gerbang dalam penyebaran informasi kepada masyarakat luas atau khalayak sekunder.

Dalam strategi menentukan khalayak juga harus mempertimbangkan latar belakang pengetahuan khalayak. Hal ini dilakukan agar dalam menyampaikan informasi terkait Danau Naga Sakti, masyarakat benar-benar dapat melihat keunikan dari Danau Naga Sakti itu sendiri dan perubahan yang terjadi dengan objek wisata tersebut.

Dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi guna mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti dan mencapai tujuan wisata, tidak terlepas dari kebutuhana transportasi. Dengan keterbatasan yang dimiliki oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dimana saat ini belum memiliki transportasi pariwisata sendiri yang digunakan untuk sarana transportasi menuju objek wisata Danau Naga Sakti.



Gambar.1.2. Akses jalan menuju objek wisata danau naga sakti

Untuk memenuhi kebutuhan akan transportasi Pemerintah desa belum melakukan kerjasama dengan pihak manapun. Saat ada wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata Danau Naga Sakti, wisatawan akan diarahkan oleh Pemerintah desa untuk menggunakan kendaraan pribadi.

Seperti yang di ungkapkan oleh Sekretaris Desa Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak ibu Badriah, S.Pd :

“ya, berhubung saat ini kami belum memiliki akomodasi transportasi dan tidak adanya angkutan umum yang tersedia untuk ke objek wisata, bukan berarti wisatawan tidak bisa berkunjung ke Danau Naga Sakti jika tidak memiliki kendaraan pribadi. Biasanya setiap ada wisatawan yang datang dan ingin berkunjung ke Danau Naga Sakti, selalu menggunakan kendaraan pribadi mereka, hal inilah yang sampai saat ini masih sulit untuk diatasi oleh pihak kami” (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).

Pemaparan diatas juga ditegaskan oleh Kepala Bidang Sarana dan Prasana Wisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak bapak Fakhrijal, S.Pd :

“untuk transportasi wisatawan ke Danau Naga Sakti kita telah berkerja sama dengan masyarakat setempat untuk menyediakan ojek, karena peminta pengunjung yang sedikit maka banyak masyarakat yang brehenti untuk mengojek. Hal yang kemudian kami melihat sebagai solusi terhadap fasilitas transportasi yang belum kami miliki” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Kerja sama yang dilakukan oleh Pemerintah desa dengan pemerintah daerah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam hal ini adalah Walikota Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Kegiatan yang diadakan berupa *event*. *Event* seperti MTQ tingkat kabupaten yang di adakan setiap tahun, dan sering diadakan event-event lainnya.



Gambar.1.3.Pembukaan MTQ kecamatan pusako yang dilaksanakan di objek danau naga sakti



Gambar.1.4.Acara mandi bersama di objek wisata danau naga sakti kabupaten siak

Dalam *event* ini dimanfaatkan oleh Pemerintah desa untuk melakukan promosi kepada masyarakat yang datang tentang objek wisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak termasuk Danau Naga Sakti.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kepala Sekretaris Desa Ibu Badriani, S.Pd berikut:

“ya baru – baru ini kita mengadakan acara mandi bersama dengan masyarakat sekitar di Danau Naga Sakti. Kegiatan ini kita langsung berkerja sama dengan Pemda Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, dalam kegiatan kita menggunakan nama Danau Naga Sakti karena menyediakan tempat yang nyaman dan alami.” (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).

Keberhasilan dalam melakukan strategi komunikasi salah satunya adalah isi pesan yang disampaikan. Dalam hal ini adalah strategi penyusunan pesan dibuat oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melakukan kegiatan promosi objek wisata Danau Naga Sakti kepada masyarakat.

2. Menyusun Pesan yang disampaikan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti

Pesan yang akan disampaikan kepada khalayak atau komunikan menjadi sangat penting karena pesan inilah nanti yang akan menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Dalam mengolah pesan harusnya ada hal yang dimunculkan serta diutamakan sehingga terciptalah sebuah persepsi khalayak terhadap objek yang ada di pesan.

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam hal ini menentukan penekanan inti pokok pesan. Inti pokok pesan yang disampaikan

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dibuat ringkas dan langsung menuju pada pokok persoalan dan ini merupakan salah satu cara untuk menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata Danau Naga Sakti. Inti pesan yang disampaikan Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak berupa poin-poin utama yang dimiliki objek wisata Danau Naga Sakti. Inti pesan dibagi menjadi dua bagian yaitu 1. terkait penambahan fasilitas objek wisata Danau Naga Sakti, Adapun fasilitas yang terdapat di Danau Naga Sakti, 2. terkait keunikan Danau Naga Sakti. Penekanan inti pesan inilah yang menjadi fokus Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak untuk disampaikan kepada masyarakat agar dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata Danau Naga Sakti.

Setelah inti pesan, pengorganisasian pesan komunikasi juga merupakan salah satu faktor penting dalam kegiatan strategi pesan. Hal ini dilakukan karena untuk berusaha mempengaruhi atau meyakinkan orang lain menjadi khalayak sasaran komunikasi. Dimana nantinya dengan mengorganisasikan pesan dengan baik akan membuat khalayak sasaran merasakan adanya keinginan untuk berkunjung ke Danau Naga Sakti. Dalam penelitian ini penulis melihat dua pola pesan yang diorganisir oleh komunikator, pertama tentang perubahan yang signifikan dari Danau Naga Sakti. Kedua terkait keunikan Danau Naga Sakti yang tidak ditemukan ditempat lain.

Setelah pengorganisasian pada pesan, tahap terakhir yang dilakukan pada strategi pesan adalah pengolahan kata-kata, dalam artian memilih dan menggunakan kata-kata yang tepat. Dalam hal ini Pemerintah Desa Dosan

Kecamatan Pusako Kabupaten Siak tidak begitu kesulitan untuk memilih kata yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat terkait perubahan yang ada di Danau Naga Sakti dan terkait kunikan Danau Naga Sakti.

Untuk menarik minat para wisatawan untuk datang ke objek wisata Danau Naga Sakti, fasilitas akomodasi juga menjadi faktor penentu dalam meningkatkan minat pengunjung wisata Danau Naga Sakti. Berikut beberapa fasilitas yang sudah di bangun oleh pemerintah daerah serta bantuan dari provinsi Riau.

1. Tempat duduk
2. Pembangunan Gubuk untuk beristirahat
3. Gazebo

Keterangan di atas sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bidang Sarana dan Prasaran Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak bapak Fakhrijal, S.Pd berikut;

“sudah banyak fasilitas pendukung yang kita bangun di Danau Naga Sakti, seperti, Gazebo tempat peristirahan kita bangun tahun 2014, jembatan, juga dibangun tahun 2014. (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).



Gambar.1.5.Pembangunan tempat duduk dan beristirahat pengunjung



Gambar 2.1 .salah satu Gazebo digunakan sebagai tempat beristirahat dan berkumpul bagi pengunjung objek danau naga sakti

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak juga terus berupaya untuk melakukan perbaikan-perbaikan maupun melakukan pembangunan untuk memperindah Danau Naga Sakti ini. Sejauh ini sudah banyak bangunan baru demi menunjang kenyamanan bagi para wisatawan yang datang ke Danau Naga Sakti.



Gambar.2.2.Salah satu fasilitas wahana bebek air untuk pengunjung mengelilingi danau naga sakti

3. Menetapkan Metode yang Dipakai Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam upaya menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti

Strategi komunikasi yang dilakukan tentunya membutuhkan komunikator untuk menyampaikan pesan-pesan guna menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti, dalam hal ini komunikator menjadi penting karena sangat berpengaruh pada tujuan dari strategi komunikasi tersebut.

Program promosi Danau Naga Sakti ini merupakan salah satu fokus dari kerja Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Tahapan strategi komunikator yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak ada empat, yaitu 1) perencanaan, 2) Pengusulan/pengesahan, 3) Persiapan teknis, 4) pelaksanaan program. komunikator adalah pihak bidang pariwisata yang diwakili oleh staf atau pegawai yang dekat dengan masyarakat. Dalam penentuan komunikator, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menetapkan orang-orang yang memiliki kapasitas dan kredibilitas serta pengetahuan yang luas tentang objek wisata Danau Naga Sakti agar dapat diterima dengan baik. Pengetahuan yang luas tentang objek wisata Danau Naga Sakti ini tentunya dimiliki oleh orang-orang yang memang bekerja untuk melakukan pengembangan Danau Naga Sakti yaitu Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak adalah mengkomunikasikan kepada pemerintah daerah terkait program pengembangan pariwisata pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak serta meminta dukungan dan bantuan

terhadap program-program pengembangan pariwisata di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. pemerintah provinsi Riau sudah memberikan beberapa bantuan khusus untuk Danau Naga Sakti, yang sudah diberikan adalah bantuan pembangunan sarana tempat duduk dan gazebo. Berikut penuturan dari Kepala Bidang Sarana dan Prasarana Pariwisata Bapak Fakhrizal, S.Pd.

“ya kami sudah sering meminta bantuan kepada perintah provinsi bahwa setiap tahun kami mengajukan proposal bantuan. Saat ini yang sudah dibantu adalah pembangunan tempat duduk dan gazebo. (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Komunikasi kepada pemerintah pusat menjadi yang hal yang sangat untuk dilakukan bagi Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Guna untuk meminta dukungan serta menarik investor dari luar. Sejauh ini hasil komunikasi Pemerintah desa kabupaten terhadap pemerintah pusat terkait pengembangan Danau Naga Sakti, yaitu dimana saat ini objek wisata Danau Naga Sakti sudah masuk dalam pengembangan pariwisata Wilayah Barat yang merupakan program Kementerian Pariwisata.



Gambar.2.3.Salah satu fasilitas musholla dan kantor yang dibangun oleh PT.arara abadi dan pemerintah kabupaten siak

Berikut nyang dikemukakan oleh Kasi Umum bapak Wakid Nugraha, S.Pd :

“ya, saat ini Danau Naga Sakti sudah masuk dalam program pengembangan pariwisata, bulan lalu kita ada melakukan peninjauan ke Danau Naga Sakti bersama pihak penyelenggra. Tapi kami belum tahu apakah jadi apa tidak mereka akan menginvestasikan modalnya untuk Danau Naga Sakti. memang sejauh ini sudah ada beberapa investor yang tertarik untuk berinvestasi di sungai tersebut. (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Pemaparan diatas juga ditegas oleh Kepala Bidang Minat Daya Tarik

Objek Wisata Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak Ibu

Badriani, S.Pd. berikut :

“ya kami sudah sering minta bantuan dana ke pusat, dari tahun 2012 sampai dengan sekarang terus kami buat proposal, tapi belum ada bantuan dana dari pusat. Mudah-mudahlah tahun kedepan kami akan dapat bantuan dana karena Danau Naga Sakti masuk dalam program kementerian pariwisata yaitu pengembangan sektor pariwisata. (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).



Gambar.2.4.Gapura atau pintu masuk menuju objek wisata danau naga sakti

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak sangat memahami penting kerjasama serta komunikasi dengan pemerintah provinsi maupun pusat dalam melaksanakan kegiatan pengembangan serta promosi objek wisata Danau Naga Sakti.

4. Seleksi dan Penggunaan Media oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti.

Media atau saluran menjadi penting dalam menjalankan strategi komunikasi, tidak hanya sebagai pendukung tapi juga bisa menjadi penentu keberhasilan dalam mencapai tujuan komunikasi. Dalam hal ini yang menjadi tujuan Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak adalah untuk menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti.

Strategi media merupakan upaya penentuan alat apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikasi kepada khalayak sasaran atau komunikan. Media sendiri digunakan sebagai alat untuk menyalurkan ide, hal ini juga diharapkan mampu mendapatkan *feedback* dari masyarakat mengingat media dapat menjangkau sasaran atau target komunikasi yang lebih luas. Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam strategi komunikasinya juga menggunakan media sebagai alat untuk menginformasikan pesan tentang Danau Naga Sakti kepada khalayak atau komunikan.

Berdasarkan hal tersebut Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menggunakan beberapa media komunikasi untuk menginformasikan dan mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti. 1. Media cetak (koran, brosur, dan spanduk), 2. Media elektronik (radio dan televisi serta internet).

Penyusunan pesan yang dibuat oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak salah satunya adalah kata – kata pada halaman depan brosur. Halaman depan brosur yang berisikan tentang informasi objek pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak termasuk Danau Naga Sakti yaitu “Pesona Pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak” serta juga terdapat gambar Danau Naga Sakti.

Keterangan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kepala Sekretaris Desa Ibu Badriani Berikut;

“setiap tahun kami selalu membuat brosur pariwisata, judul depannya Pesona Pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, ada juga barge burning ceremony in Bagan Siapi Api. yang menyusun kata-kata atau kalimatnya adalah Kepala Seksi Promosi dan Penyuluhan. Kami

buat semenariknya mulai dari warna kertasnya, desain gambar, serta bentuk brosurnya. Supaya masyarakat tertarik dan penasaran untuk bacanya saat melihat brosur itu. (Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020).

Media menjadi salah satu unsur penting dalam tercapainya keberhasilan komunikasi. Penggunaan media yang tepat berpengaruh terhadap efektivitas pesan yang disampaikan oleh komunikator (Pemerintah desa) kepada komunikan (masyarakat). Berikut beberapa media yang digunakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melaksanakan aktivitas promosi objek wisata Danau Naga Sakti.

a. Baliho

Pemasangan baliho juga sangat membantu Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melakukan strategi promosi. Tujuannya sudah jelas yaitu untuk memperkenalkan objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti. Selain Pemasangan Baliho Pemerintah desa juga membuat Peta Pariwisata sebagai petunjuk para wisatawan yang ingin melakukan kunjungan wisata ke Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Media cetak seperti ini cukup efektif untuk mempromosikan objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti.

Pemasangan baliho ini biasanya di letakan di posisi yang menurut Pemerintah desa cukup strategis dan banyak di lalui oleh masyarakat. Seperti di luar Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dipasang yaitu di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak di satu titik tepatnya di pinggir jalan

umum. Pesan yang ditampilkan dalam baliho ini biasanya berisi tentang objek – objek wisata di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak serta *event-event* yang akan diselenggarakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

b. Brosur

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menggunakan brosur sebagai alat untuk mempromosikan objek wisata sungai. Pesan informasi yang ada di dalam brosur tidak hanya objek wisata Danau Naga Sakti. Namun, semua ragam dari objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Isi dari brosur ini berupa informasi objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak serta petunjuk-petunjuk untuk sampai di objek wisata tersebut.

Brosur ini diberikan secara cuma-cuma kepada masyarakat yang menjadi sasarannya. Penyebaran brosur ini tidak dilakukan di jalan raya atau sembarangan tempat, Namun sudah ada titik-titik tertentu. Seperti yang di kemukakan oleh Kepala Bidang Sarana dan Prasarana Pariwisata Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak Fakhrizal, S.Pd berikut:

“Seperti juga Brosur yang berisi nama objek wisata dan petunjuk arahnya itu kita sebarkan di berbagai titik seperti di hotel-hotel yang ada di Kota Pekanbaru maupun di Kabupaten Siak, serta saat mengikuti *event-event*, baik *event* daerah maupun di luar daerah Penyebaran brosur ini sudah di peritungkan sebelumnya. Kita juga terus berusaha untuk selalu mempromosikan melalui media-media eksternal lainnya” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Hal tersebut ditegaskan kembali oleh kepala bidang Bina Budaya Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak Ibu Zakia Hada, Sn, S.Hum, sebagai berikut:

“salah satu media yang kita pakai untuk promosi adalah brosur, dimana brosur berisi informasi beragam objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Brosur ini kami cetak setiap tahun dan bentuk dan desainnya selalu berubah setiap tahunnya. Untuk penyebaran, biasanya kita sebarkan saat mengikuti event, di hotel - hotel, dan lain-lainnya. Judul depan brosurnya itu kita buat “Pesona Pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak” (Hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Dari Pernyataan di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak sudah mempunyai perencanaan matang untuk penyebaran brosur. Dari strategi penyebaran brosur dapat dinilai tepat sasaran. Isi pesan atau judul depan yang terdapat pada brosur tentunya menarik perhatian sehingga ada keinginan dari konsumen untuk mencari informasi yang lebih terperinci.

c. *Event*

Event merupakan suatu kegiatan yang menampilkan peristiwa atau rencana yang bertujuan untuk menarik perhatian secara terus menerus kepada mempunyai berbagai *event* untuk menarik jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara serta mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti. Dengan mengikuti *event-event* ini memang dapat berpengaruh terhadap meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti. Terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang untuk menyaksikan *event* yang bertaraf daerah ataupun nasional. *Event* yang dimiliki dan diikuti oleh

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak terbagi menjadi dua yaitu, *Event* didalam daerah dan *event* di luar daerah.

d. Website Resmi

Dengan adanya kemajuan teknologi dewasa ini serta kemudahan dalam mencari berbagai informasi dengan layanan internet seperti Instagram dan blog khusus dinas, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menjadikan hal tersebut sebagai sarana untuk mempromosikan objek pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti. Diharapkan dapat mempermudah masyarakat dan wisatawan mendapatkan informasi terkait objek wisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, dan dapat menambah ketertarikan masyarakat serta wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti. Website resmi Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dikelola oleh Humas pemerintah daerah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Kepala Bagian Perencanaan dan Program Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak bapak Suhendra, ST berikut:

“ya kita juga melakukan promosi lewat internet yaitu dengan website resmi pemerintah daerah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, dimana website itu dikelola langsung oleh pihak humas pemerintah daerah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, semua informasi terkait tentang Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak terintegrasi di dalam website, termasuk informasi tentang objek – objek pariwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak’. (hasil wawancara tanggal 20 Januari 2020).

Seperti hasil wawancara diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa internet juga sangat berperan besar dalam membantu Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melakukan promosi. Diharapkan kedepannya supaya Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dapat terus meningkatkan kegiatan promosi. Supaya masyarakat dan wisatawan tertarik dan bertambah jumlahnya untuk berkunjung ke Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya ke objek wisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

5. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Strategi komunikasi pemerintah desa dalam upaya pengembangan objek wisata Danau Naga Sakti Kabupaten Siak

Sebagai pihak yang bertugas memberikan informasi dan menjalankan perannya dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak tidaklah selalu berjalan dengan lancar. Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak juga pasti mengalami beberapa faktor yang mempengaruhi dalam mempromosikan objek wisata tersebut, baik faktor pendukung maupun faktor penghambat.

1. Faktor Pendukung

Adapun yang menjadi faktor pendukung Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti adalah sebagai berikut:

a. Keterbukaan

Kepala Dinas dan Staf/ pegawai saling mendukung dalam pelaksanaan tugas dengan adanya keterbukaan antara Kepala Dinas dan staf/ pegawai dapat memperlancar pekerjaan staf/ pegawai.

“pegawai dapat saling berinteraksi mengenai masalah-masalah pekerjaan yang tidak terpecahkan yang mungkin memerlukan bantuan tertentu.”(Hasil wawancara dengan bapak Drs. H. Zulkarnain Nur , 28 Januari 2020).

Antar pimpinan dan bawahan/ pegawai Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak terjalin hubungan kekeluargaan yang harmonis yaitu diantara kedua belah pihak saling berkomunikasi dengan baik demi kelancaran suatu kegiatan atau program dimana kepala Dinas selalu memberikan arahan kepada pegawai/ bawahan yang belum mengerti mengenai sesuatu dan begitu juga bawahan/ pegawai Dinas senantiasa membantu jikalau pimpinan membutuhkan bantuan seperti bantuan tenaga dan pikiran.

b. Tersedianya sarana dan prasarana kantor atau fasilitas pendukung

Dalam hal ini adalah sarananya seperti: meja, kursi, lemari, *camera digital* dan *camera professional*, telepon, computer dan lain-lain sehingga dapat memudahkan Pemerintah desa dalam melakukan promosi dan publikasi kepada publik. Dan semua fasilitas yang ada memang digunakan secara maksimal mungkin demi terciptanya kinerja yang maksimal.

“sarana dan prasarana yang ada baik yang ada di kantor maupun di luar kantor sangat mendukung ketika kami akan mengadakan suatu *event*.”(Hasil wawancara dengan bapak Fakhrija,S.Pd Kepala Bidang Sarana dan Prasarana Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak 20 Januari 2020).



Gambar.2.5.sarana dan prasarana untuk mendukung keindahan yang ada didanau naga sakti

Dengan tersedianya fasilitas-fasilitas tersebut dapat membantu Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam mempublikasikan dan mempromosikan objek – bojek wisata yang terdapat di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak kepada masrakat atau wisatawan.

c. *Teamwork* yang kompak

Didalam pelaksanaan kegiatan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang, kekompakan tim dalam mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan pada saat acara sangat terjalin erat. Semua pihak atau panitia pelaksana terjun langsung ke lapangan demi kelancaran dan kesuksesan acara yang di adakan oleh instansi.

“Alhamdulillah setiap mengadakan suatu acara semua pihak yang terkait terjalin *teamwork* yang kompak. Mereka bertanggung jawab atas tugas yang diemban dan melakukannya dengan ikhlas.”(Hasil wawacara dengan Ibu ,Irma Muchayani,SS Plt. Subbag Umum Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak 27 Januari 2020)

Dukungan yang ada dari orang-orang sekitar dan pihak yang mendukung setiap kegiatan yang diadakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak sehingga pelaksanaan kegiatan tersebut berjalan lancar dan sukses.

d. Hubungan baik dengan media dan pihak swasta (seperti Hotel, pemerintah daerah, media cetak, wisma dan lain-lain).

Hubungan baik antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang dan media serta pihak swasta sangat mendukung kegiatan promosi dan publikasi atau pengumuman kepada masyarakat.

“sebagai bagian dari instansi yang bertugas di dalam memberikan informasi mengenai kepariwisataan di Danau Naga Sakti, saya selalu berusaha untuk menjalin kerjasama yang baik dengan semua pihak seperti dari pihak wartawan media cetak maupun elektronik, hotel, dan lain-lain.”(Hasil wawancara dengan Bapak Drs.H. Zulkarnain Nur Kepala

Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, 28 Januari 2020).

Dari keterangan yang diberikan oleh Bapak Drs.H. Zulkarnain Nur tersebut dapat terlihat keterbukaan Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melayani pertanyaan-pertanyaan wartawan pada saat konferensi pers. Selain itu promosi dan publikasi mengenai kebijakan atau objek wisata Danau Naga Sakti bahkan pelaksanaan kegiatan pertunjukkan dapat dihaat dan dibaca oleh masyarakat melalui media massa seperti melalui koran dan website. Oleh karena itu, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak perlu menjalin hubungan baik dengan media pers baik cetak dan elektronik. Selain itu, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak juga menjalin hubungan baik dengan pihak swasta seperti Hotel dan penginapan yang ada Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

e. Kemajuan Teknologi

Dengan kemajuan teknologi saat ini, sangat membantu Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti. Apalagi dengan adanya *wibesite* yang dapat diakses kapanpun dapat mempermudah khalayak atau publik dalam mengenal Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak berikut dengan keindahan Objek-objek pariwisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

“saat ini penggunaan internet sudah sangat luas, oleh karena itu saya berinisiatif memanfaatkan teknologi yang ada dengan membuat *wibesite* tentang pariwisata di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya mengenai objek-objek wisata yang ada di Danau Naga Sakti.”(Hasil wawancara dengan bapak Suhendra, ST Kepala Bagian Perencanaan dan Program Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, 27 Januari 2020)

Dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa Wisatawan yang ingin berkunjung ke ke Danau Naga Sakti khususnya dapat mengaksesnya melalui internet terlebih dahulu.

2. Faktor Penghambat

Dalam menjalankan tugasnya, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak juga sering menghadapi kendala adapun yang menjadi faktor penghambatnya adalah:

a. Keterbatasan dana dalam melakukan promosi

Salah satu faktor penghambat Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam melakukan kegiatan promosi adalah kekurangan anggaran dana yang dialokasikan oleh perintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak ke Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Karena kurangnya dana yang dialokasikan untuk Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak ini, menyebabkan promosi dan pengembangan objek-objek wisata yang dilakukan tidak dapat berjalan maksimal. Berikut hasil wawancara penulis dengan Ibu Badriah,S.Pd Kepala Bidang Minat dan Daya Tarik Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak:

“Sebenarnya sudah cukup banyak kita mengusulkan kegiatan-kegiatan serta fasilitas yang bertujuan untuk pengembangan dan mempromosikan Danau Naga Sakti ini baik ke pemkab, provinsi maupun pusat, namun keterbatasan dana yang membuat kita tidak bisa berbuat apa-apa. Dana dari pemerintah pusat maupun provinsi yang kita usulkan kadang di terima dan kadang juga di tolak. Namun sejauh ini kita terus berusaha untuk terus mengusulkan kepada pemerintah pusat maupun provinsi dan pemkab tentang kegiatan-kegiatan dalam pengembangan dan mempromosikan Danau Naga Sakti ini.”(Hasil wawancara tanggal 19 Januari 2020)

Dari pemaparan yang dijelaskan oleh Ibu Badriah,S.Pd selaku Kepala Bidang Minat dan Daya Tarik menunjukkan bahwa di Dinas ini keterbatasan dana sedikit menghambat peran Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti.

b. Masih kurangnya partisipasi dari masyarakat

Partisipasi dari masyarakat Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak merupakan salah contoh nyata masih belum banyak berpartisipasi dalam ikut serta promosikan objek wisata Danau Naga Sakti. Sehingga berpengaruh terhadap masih jumlah pegunjung wisatawan di Danau Naga Sakti. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Badriah,S.Pd berikut:

“Seharusnya masyarakat Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dan masyarakat setempat khususnya juga harus bisa mempunyai kreativitas tersendiri supaya wisatawan tertarik untuk datang ke Danau Naga Sakti. Tidak hanya dari pihak Dinas saja yang selalu vokal mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti ini. Kemudian di samping itu juga keramahan menghadapi wisatawan juga sangat di perlukan, Supaya nantinya wisatawan dapat berkunjung lagi ke Danau Naga Sakti. Pemberian informasi kepada wisatawan juga harus jujur. Dan juga kerja sama semua *stake holder* terkait untuk sama-sama membangun sektor kepariwisataan yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.” (Hasil wawancara dengan Ibu Badriah,S.Pd selaku Kepala Bidang Minat dan Daya Tarik, Tanggal 19 Januari 2020).

c. Masih minimnya jaringan dan listrik

Semua pihak yang terlibat seharusnya sama-sama membangun untuk kemajuan kepariwisataan yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak khususnya Danau Naga Sakti. Supaya objek wisata yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak ini dapat semakin di kenal oleh masyarakat luas baik.

C. Pembahasan

Sebelumnya telah dibahas dan dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan model Laswell, Komunikasi dalam model Lasswel setidaknya harus dapat menjawab lima pertanyaan: *Who* (siapa), *Say What* (Mengatakan Apa), *In Which Channel* (Melalui Saluran Apa), *to Whom* (kepada siapa), dan *with what effect* (Menimbulkan efek apa). Sehingga berdasarkan deskripsi penelitian diatas, maka penulis akan peneliti akan membahas mengenai Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Strategi yang dimaksud adalah untuk memperhatikan komponen-komponen komunikasi serta factor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut dalam menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis dapat dilakukan, dalam artian pendekatan dapat berbeda sewaktu waktu tergantung dari situasi dan kondisi. (effendi, 2009:32)

1. Menentukan Khalayak

Khalayak sasaran Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak dalam menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti adalah masyarakat yang tersebar di duapuluh kecamatan yang ada di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Sedangkan yang menjadi fokus utama dari strategi komunikasi adalah generasi muda yang aktif dalam berbagai komunitas.

Hal ini dikarenakan untuk meningkatkan popularitas objek wisata Danau Naga Sakti akan terasa lebih cepat jika generasi muda yang memainkan peran dalam pengolahan informasi di media sosial dan system sosial masyarakat Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak.

Strategi khalayak yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak adalah dengan membagi khalayak menjadi dua, yaitu: khalayak langsung/*primer* dan khalayak tidak langsung/*sekunder*. Dalam hal ini Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak harus mengetahui latar belakang khalayak langsung agar pesan bisa disampaikan dengan teknik yang sesuai dan pesan benar benar sesuai dengan harapan sehingga sampai kepada khalayak tidak langsung. Dalam hal ini yang dimaksud dengan khalayak langsung adalah masyarakat umum dan generasi muda yang aktif diberbagai organisasi dan komunitas yang dilibatkan dalam progam yang dilakukan oleh Dinas Parwisata Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, sedangkan khalayak tidak langsung adalah masyarakat luas.

2. Menyusun Pesan

Strategi pesan juga menjadi penting agar strategi komunikasi dapat berjalan dengan baik dan sesuai harapan, karena pesan inilah yang akan merubah pandangan khalayak tentang Danau Naga Sakti dan diharapkan mampu menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti. Dalam hal ini pesan yang diolah oleh Pemerintah desa haruslah benar-benar tepat sesuai dengan kondisi masyarakat atau komunikan.

Penekanan strategi pesan ini adalah salah satu teknik yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. Cara ini dapat menguntungkan komunikator dan dapat juga merugikan, karena pada titik ini komunikator bergantung pada kemampuan komunikasi mengingat pesan yang disampaikan oleh komunikator. Akan tetapi dalam menyampaikan pesan tentang Danau Naga Sakti kepada masyarakat, lebih mudah di ingat dengan menggunakan teknik ini.

Selain penekanan inti pokok pesan, cara yang digunakan oleh Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak adalah pengorganisasian pesan. Agar dapat membantu pemahaman khalayak, pesan dapat diatur sedemikian rupa sehingga penyampaian pesan menjadi teratur. Dalam hal ini pengorganisasian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu: pertama tentang perubahan yang signifikan dari Danau Naga Sakti. Kedua terkait keunikan Danau Naga Sakti yang tidak ditemukan ditempat lain.

3. Menetapkan Metode yang Dipakai

Setelah pesan disusun sesuai dengan khalayak, maka metode penyebaran pesan kepada khalayak juga perlu dikaji. Dalam konteks komunikasi metode ini terkait dengan jenis komunikasi yang akan dipakai. Tahapan strategi komunikator yang dilaksanakan oleh Pemerintah desa ada empat, yaitu 1) perencanaan, 2) Pengusulan/pengesahan, 3) Persiapan teknis, 4) pelaksanaan program. Dalam melaksanakan strategi komunikator salah satu yang menjadi acuan adalah kredibilitas komunikator. Kredibilitas merupakan sebuah kondisi dimana komunikator dianggap memiliki kemampuan yang mumpuni dan pengetahuan,

keahlian atau pengalaman yang relevan tentang objek wisata Danau Naga Sakti, sehingga khalayak menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan terkait Danau Naga Sakti adalah sebuah kebenaran. Kredibilitas memiliki dua dimensi yaitu kesiapan dan kesungguhan. Dengan demikian seseorang yang dikatakan memiliki kredibilitas manakala ia ahli atau terampil dalam suatu bidang tertentu dan ia dipercaya sebagai orang yang jujur, memiliki integritas atau memiliki reputasi bisa dipercaya. Pemerintah desa memilih komunikator yang memiliki pengetahuan ini pada saat rapat persiapan teknis.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Setelah strategi komunikator, strategi komunikasi dan strategi pesan, maka yang terakhir adalah strategi media, dalam hal ini pemilihan media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan sangatlah penting. Untuk menarik minat pengunjung objek wisata Danau Naga Sakti, Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menggunakan beberapa media diantaranya adalah 1. Media cetak (koran, brosur, dan spanduk), 2. Media elektronik (radio dan televisi serta internet).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab–bab sebelumnya mengenai Strategi komunikasi Pemerintah desa dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti di Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, maka penulis menarik kesimpulan yaitu strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah desa dalam mempromosikan objek wisata Danau Naga Sakti dilihat dari mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode yang dipakai dan seleksi penggunaan media dilihat dari tingkat kunjungan wisatawan yang masih belum meningkat karena dinilai dari kurangnya strategi komunikasi melalui penggunaan media yang dilakukan untuk meningkatkan pengunjung objek wisata ini sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan objek wisata ini.

B. Saran-saran

Adapun saran atau masukan yang ingin penulis sampaikan kepada Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak, sebaiknya segala bentuk proses administrasi, pengumpulan data serta kegiatan strategi komunikasi dikelola dengan lebih professional. Tidak hanya berpatokan pada minimnya anggaran dari pemerintah. Masih

banyak kegiatan promosi yang tidak memerlukan dana besar tetapi mampu menghidupkan sektor pariwisata, tentunya hal ini dapat dilakukan dengan pembinaan sumber daya manusia yang lebih kreatif. Hal ini juga sangat membantu dalam penelitian-penelitian yang akan menumbuhkan inovasi-inovasi baru yang akan sangat membantu nantinya.

2. Sebaiknya Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak menaruh perhatian yang lebih serius dalam hal promosi dan penggunaan media secara tepat dan lebih efisien. Promosi wisata melalui media televisi seharusnya juga mendapatkan perhatian khusus dari Pemerintah Desa Dosan Kecamatan Pusako Kabupaten Siak. sehingga dapat mengangkat citra objek wisata Danau Naga Sakti secara globa

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budyatna, M, Muthmainnah Nina. 2005. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2006, Metode Penelitian Kualitatif, Predana Mulia. Jakarta.
- Chaer*, Abdul. 2007. Metode Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Daymon*, Christine. 2008. Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing. Bentang. Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Fandeli, Chalid*. 2005. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Liberty. Yogyakarta.
- Hasan*, M. Iqbal, 2002. Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Ghalia. Indonesia.
- Hikmat R. Harry. 2010. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Kata Pengantar. Cetakan ke-2. Penerbit Humaniora Utama. Bandung.
- Kriyantono*, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana. Jakarta.
- Moeliono, Anton M. 1993. Analisis Fungsi Subjek dan Objek Sebuah Tujuan. Penerbit: ITB. Bandung.
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metode Penelitian Kualitatif, edisirevisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Muhammad, Arni. 2015. Komunikasi Organisasi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mulyana, Deddy*. 2010. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Remaja. Rosdakarya. Bandung.
- Nasikun*, 2000, Globalisasi dan Paradigma Baru Pembangunan Pariwisata. PT Raha Grafindo Persada. Jakarta.

- Nawawi. 2003. Metode Penelitian Bidang Sosial. Gajah Mada. University Press. Yogyakarta.*
- Oka A. Yoeti. 2002. Pengantar Ilmu Pariwisata Penerbit Angkasa, Bandung.*
- Popper dan Kuhn. 2015. Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata. Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta.*
- Ruliana, Poppy. 2014. Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus. Rajawali Pers. Jakarta.*
- Spillane, James. 2003. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Kanisius. Yogyakarta.*
- Suharto, Edi. 2009. Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat. PT Refika Aditama. Bandung.*
- Sukandarrumidi. 2004. Metodologi Penelitian, Gajah Mada. Yogyakarta.*
- Suranto. AW. 2010. Komunikasi Interpersonal. Graha Ilmu. Yogyakarta.*
- Suyitno. 2004. Perencanaan Wisata. Kanisius. Yogyakarta.*
- Usman Sunyoto. 2008. Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.*

Peraturan

- Undang-Undang No. 10 Thn 2009 tentang Kepariwisataaan, Pariwisata.