

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**PENGGUNAAN INSTAGRAM OLEH DINAS
PARIWISATA KABUPATEN PELALAWAN DALAM
AJANG ANUGRAH PESONA INDONESIA OBJEK
WISATA BONO
SKRIPSI**

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

DANDI IRFAN

**NPM : 169110133
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Dandi Irfan
NPM : 169110133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Massa
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : 20 April 2022
Judul Penelitian : PENGGUNAAN INSTAGRAM OLEH DINAS PARIWISATA
KABUPATEN PELALAWAN DALAM ANUGRAH PESONA
INDONESIA OBJEK WISATA BONO

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

Pekanbaru, 2 Juni 2022

Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing

Dr. Fatmawati, S.IP, MM

Dyah Pithaloka, M. Si



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Dandi Irfan
NPM : 169110133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu/ 20 April 2022
Judul Penelitian : Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono

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

Pekanbaru, 2 Juni 2022

Tim Penguji Skripsi

Ketua,



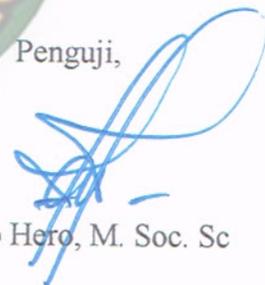
Dyah Pithaloka, M. Si

Mengetahui,
Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M. I. Kom

Penguji,



Eko Hero, M. Soc. Sc

Penguji,



Eka Fitri Qurnia Wati, M. I. Kom

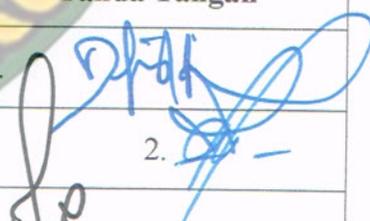
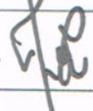
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

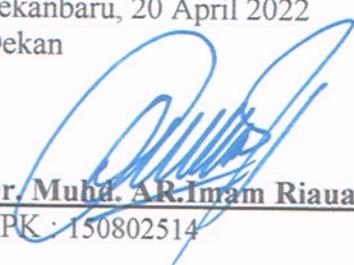
Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor :0581/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal **14 April 2022** maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Rabu** Tanggal **20 April 2022 Jam : 11.00 – 12.00 WIB** bertempat di ruang **Konfrensi Pers** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Dandi Irfan
NPM : 169110133
Bidang Konsentrasi : Media Massa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : “Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono

Nilai Ujian : Angka : “69,33” ; Huruf : “B-”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dyah Pithaloka, M. Si	Ketua	1. 
2.	Eko Hero, M. Soc, Sc	Penguji	2. 
3.	Eka Fitri Qurniawati, M. I. Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 20 April 2022
Dekan


Dr. Muha. AR. Imam Riauan, M. I. Kom
NPK : 150802514

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam
Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono

Yang Diajukan Oleh :

Dandi Irfan

169110133

Pada Tanggal :

Senin, 2 Juni 2022

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom)

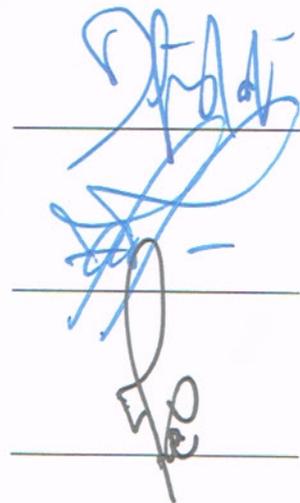
Tim Penguji,

Tanda Tangan,

Dyah Pithaloka, M. Si

Eko Hero, M. Soc, Sc

Eka Fitri Qurniawati, M. I. Kom



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dandi Irfan
Tempat/tanggal lahir : Teluk Meranti, 6 September 1998
Npm : 169110133
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Alamat/No. Tlp : Teluk Meranti
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik itu 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 pengarah Tim Komisi Pembimbing.
3. Bahwa, naskah skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3). Maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 2 Juni 2022

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPEL
0FAADAJX855719862

(Dandi Irfan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT.

Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Ibunda Syamsuri dan Ayahanda *Pirdaus* yang saya sayangi Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih saya yang tidak terhingga kupersembahkan skripsi ini telah memberikan kasih sayang, ridho, dan cinta kasih tidak terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan satu lembar kertas yang berisi kata persembahan yang dapat saya buat ini.

Semoga menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena saya sadar, selama ini belum bisa berbuat lebih banyak.

Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuat saya termotivasi yang selalu menyirami kasih sayang, selalu menasehatiku dan selalu mendoakanku serta selalu meridhoiku untuk melakukan hal lebih baik,
Terima kasih Ibu... Terima kasih Ayah...

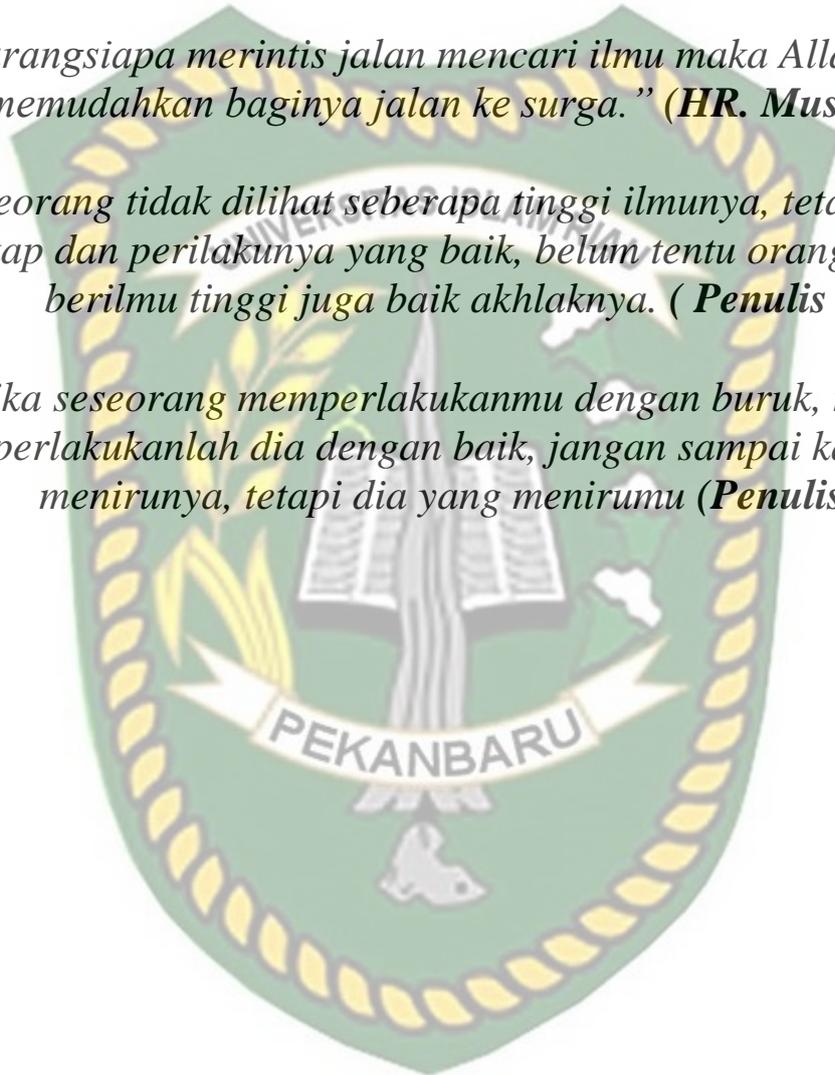
MOTTO

Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang”. (HR. Tarmidzi)

“Barangsiapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga.” (HR. Muslim)

Seseorang tidak dilihat seberapa tinggi ilmunya, tetapi dari sikap dan perilakunya yang baik, belum tentu orang yang berilmu tinggi juga baik akhlaknya. (Penulis)

Jika seseorang memperlakukanmu dengan buruk, maka perlakukanlah dia dengan baik, jangan sampai kamu menirunya, tetapi dia yang menirumu (Penulis)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukuri kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat serta kasih karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini. Seperti kurangnya pengetahuan dan pemahaman peneliti. Namun, hambatan tersebut dapat teratasi berkat karunia Tuhan dan orang-orang sekitar peneliti yang turut memberikan dukungan dan saran.

Dengan Karunia Tuhan Yang Maha Esa maka selesailah proposal yang peneliti buat dengan judul **“Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Dalam Ajang Anugrah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono”**. Proposal ini merupakan implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah di dapat semasa perkuliahan dan sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Riau (UIR).

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkat bantuan dukungan dan saran mereka, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada :

1. Dr. Muhd AR Imam Riauan M.I.Kom selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Fatmawati,S.IP.MM sebagai ketua program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

3. Dyah Pithaloka, M. Si Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam mengarahkan penulis selama masa penyusunan skripsi ini
4. Seluruh dosen fakultas ilmu komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan masukan dan ilmu kepada peneliti.
5. Terakhir terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, tanpa kalian semua peneliti tidak bisa sampai di titik ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas segala bantuan dan dukungan kepada peneliti.
6. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam proposal ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan untuk dapat memperbaiki penulisan ini. Demikian yang dapat peneliti sampaikan.

Pekanbaru, 2 Juni 2022

Peneliti

Dandi Irfan

169110133

Daftar isi

COVER	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xii
ABSTRACK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Peneliti.....	1
1. Bono	6
2. Instagram.....	14
B. Identifikasi Masalah	17
C. Fokus Penelitian.....	18
D. Rumusan Masalah	18
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	18
1. Tujuan Penelitian	18
2. Manfaat Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	20
1. Penggunaan Instagram	20
2. Komunikasi Pariwisata.....	22
3. Bono	29
4. Komunikasi Massa dan New Media	33

5. Proses Komunikasi Massa.....	35
6. Fungsi Komunikasi Massa	36
7. Media Dalam Komunikasi Massa	39
8. Efek Komunikasi Massa	40
9. Pariwisata	44
10. Pengertian Pariwisata.....	49
B. Defenisi Operasional.....	51
C. Penelitian Tedahulu.....	52
BAB III METHODE PENELITIAN	
A. Pendekatn Penelitian.....	54
B. Subyek dan Obyek Penelitian	55
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	56
D. Sumber Data.....	57
E. Teknik Pengumpuan Data.....	57
F. Teknik Pemeriksaan Keasahan Data.....	58
G. Teknik Analisis Data.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitan	60
1. Sejarah Perkembangan Dinas Pariwisata Pelalawan.....	60
2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata.....	62
3. Profile Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan	63
4. Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan.....	64
B. Hasil Penelitian	66
1. Deskripsi Informan Penelitian.....	68
C. pembahasan Penelitian.....	71
BAB V PENUTUP	
A. kesimpulan	73
B. Saran	74

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Data Kunjungan	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1 Tabel Jadwal Penelitian	56



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Gambar Ombak Bono.....	11
Gambar 4.1 Logo Pariwisata Pelalawan	64



Abstrak

Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Ajang Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono

Dandi Irfan

Npm : 169110133

Peneliti mengangkat penelitian ini karena ingin melihat penggunaan Instagram oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam ajang anugerah pesona Indonesia objek wisata bono. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara memenangkan wisata bono dalam ajang anugerah pesona Indonesia dengan kategori tempat berselancar terpopuler di Indonesia yaitu ombak bono. Penelitian ini dilakukan di kantor dinas pemuda, olahraga dan pariwisata Pelalawan yang mempromosikan kepada masyarakat dan sekolah-sekolah. Penelitian yang peneliti buat sekarang menggunakan metode kualitatif, metode ini tujuannya untuk mendapatkan bagaimana cara orang dinas kabupaten pelalawan mempromosikan wisata bono sehingga memenangkan dalam kategori tempat berseancar terpopuler di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan media yang tepat tentunya memberikan pengaruh kepada tujuan dari strategi yang dilakukan. Media yang digunakan oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam mengembangkan brand destination ombak bono.

Kata kunci : Promosi, Penggunaan Instagram, dan Anugerah Pesona Indonesia

Abstract

The Use Of Instagram By The Tourism Office Of Pelalawan Regency In The Indonesian Enchantment Award, Bono Tourism Object

Dandi Irfan

Npm : 169110133

The researcher raised this research because he wanted to see the use of Instagram by the Pelalawan Regency tourism office in the Indonesian charm award event, the Bono tourist attraction. This study aims to find out how to win bono tourism in the Indonesian charm award event with the category of the most popular surfing spots in Indonesia, namely bono waves. This research was conducted at the youth, sports and tourism office of Pelalawan which promoted it to the community and schools. This study uses a qualitative method, this method aims to find out how the Pelalawan district office person promotes bono tourism so that it wins in the category of the most popular surfing spots in Indonesia. The results of this study indicate that the use of appropriate media certainly has an influence on the objectives of the strategy carried out. The media used by the Pelalawan Regency tourism office in developing the Bono Wave destination brand.

Keywords: *Promotion, Instagram Usage, and Indonesian Charm Gift*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial, pembangunan di bidang pariwisata diharapkan salah satu bidang pariwisata termasuk pembangunan di salah satu bidang ekonomi. Melalui pengembangan ini kepariwisataan dapat diharap mendorong pembagunan daerah, mengenalkan kekayaan alam, nilai, serta budaya bangsa dan memupuk rasa cinta tanah air dalam memperkokoh persatuan bangsa. Didaerah Kabupaten Pelalawan sebagai contoh, terdapat berapa tempat pariwisata terkhususnya di dasa Teluk Meranti.

Kabupaten Pelalawan juga memiliki hutan alam yang berfungsi sebagai penyelamat alam di Kecamatan Kerumutan, Kabupaten Pelalawan. Hutan di sub-lokal Kerumutan dikenal sebagai hutan lindung kehidupan alam Kerumutan. Luas wilayahnya sekitar 93.222,20 hektar, dan saat ini hutannya merupakan hutan perawan yang masih ditempati oleh tanaman hijau atau fauna yang dilindungi. Ada cukup banyak tanaman hijau tropis atau fauna hutan tropis yang menempati hutan ini. Di antara fauna luar biasa dan khusus yang dapat kita temukan di hutan ini adalah Punak, Meranti, Rengas, Perupuk, Nipah, dan Pandan. Sementara faunanya meliputi kera, ikan arwana, itik, beruang madu, harimau sumatera, dan rangkong.

Hutan Kerumutan adalah hutan yang masih berada di rawa-rawa. Hutan ini terisolir menjadi tiga wilayah, yaitu kawasan pusat (natural life suaka) seluas 93.223 ha, kawasan lindung gambut seluas 52.213 ha dan kawasan nonsentra yang merupakan hutan lindung rawa gambut. sistem biologis seluas 1.176.734 ha.

Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan memiliki kewenangan yang luas terhadap pemerintah terdekat dalam memajukan kehidupan liar menyelamatkan hutan belantara. Ini terbukti menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk daya tarik industri perjalanan Indonesia di tahun 2019. Kota metropolitan yang sudah mulai membenahi segala sesuatu di kawasan wisata ini tidak hanya memberikan udara sejuk dan biasa saja yang menjadi daya tarik para travelernya. terlibat, namun kota ini juga berusaha membuat tempat foto. Dengan tujuan agar para tamu dapat menangkap momen indah saat mengunjungi hutan lindung kehidupan liar di sub-area Kerumutan. Dengan prosedur khusus yang dilakukan oleh pemerintah lingkungan, tidak dapat dikatakan bahwa daya tarik yang dihadirkan oleh hutan suaka kehidupan liar di sub-kawasan Kerumutan dapat menarik wisatawan diluar dari orang-orang yang ada di kecamatan kerumutan sendiri, oleh karena itu perihal itu terlihat dari data yang mengunjungi hutan swaka marga satwa yang berada di kecamatan kerumutan itu sendiri dari tahun ke tahun belum mengalami kenaikan.

Teluk meranti ialah Kecamatan yang ada di Kabupaten Pelawan, Riau, Indonesia. Kondisi normal adalah rawa rawa dengan area gambut yang sangat

luas. Wilayah Teluk Meranti terisolasi oleh jalur perairan Kampar yang bermuara ke Selat Malaka. Di sepanjang aliran sungai itu terbentang hutan tropis yang sangat lebat di kedua sisi sungai. Jejaring di wilayah Teluk Meranti sebagian besar adalah peternak dan pemancing, sedangkan aksi mancing di perairan ini adalah pemancingan, sedangkan latihan hidroponik yang dilakukan oleh masyarakat sekitar tidak terlalu banyak.

Kawasan potensi perikanan di kawasan Teluk Meranti. Yakni sekitar 1.088,10 ha, sedangkan untuk luas lahan yang dapat diakses yang bisa diciptakan sekitar 5.207,70 ha. Lahan yang sudah dimanfaatkan seluas + 272,03 Ha. Ada empat danau di aset air ini, yaitu Danau Besar, Danau Cek Lanang, Danau Tonga, Danau Kual, dan Danau Guntung. Oleh karena itu, di danau ini hidup berbagai jenis ikan yang bernilai uang, misalnya ikan toman, tapah, selai, baung, dan selinca. Selain itu, wilayah Teluk Meranti terkurus oleh Sungai Kampar.

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keberagaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bangsa sehingga Negara Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Sumber daya alam tersebut jika di kelola dengan baik dapat di jadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan bangsa Indonesia. Salah satunya yang dapat di kembangkan adalah dalam bidang kepariwisataan seiring berjalannya waktu, pariwisata di indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang baik. (Sariyanti, 2015:1).

Menggunakan hiburan virtual sebagai diskusi untuk memajukan industri perjalanan, maka itu adalah hal yang biasa dilakukan saat ini seiring dengan peningkatan inovasi dan korespondensi, ini dapat membantu otoritas publik dalam memajukan industri perjalanan di setiap kabupaten. Karena seperti yang saya ingin pikirkan (Smith K.T, 2011) dengan meningkatnya penggunaan media canggih oleh pembeli, dengan cara ini lebih banyak organisasi akan menggunakan pemasaran komputer untuk mendapatkan pasar tujuan mereka. Kemajuan industri perjalanan wisata sendiri merupakan suatu hal yang sampai saat ini menjadi perhatian otoritas publik, baik pemerintah pusat maupun daerah, sehingga industri perjalanan wisata dapat menjadi salah satu jenis pendapatan yang menjanjikan bagi daerah dan negara, selanjutnya ada tambahan berbagai tujuan liburan termasuk daerah setempat. mereka juga berlomba-lomba untuk memajukan objek wisata yang mereka tawarkan, terutama melalui hiburan berbasis web.

Kaplan dan Henlin (2010) mendefinisikan media social yakni satu group apk berbantuan web yang menggunakan idologi dan tehnologi Web 2.0, yang mana pengguna mapu menukar info di aplikasi itu. social media yang sangat diminati dan mempunyai jutan penguna di indonesia salah satunya ialah Instagram. Social media memudahkan pengguna untuk berkomunikasi bersama pengguna lainya (williams dkk. 2012).

Bagi para pemasaran hal tersebut besar sekali digunakn sbagai salah satu bentuk komunikasi penasaran. Social media merupakan berbagai info antar penggunaan media sosial jadi lebih simpel (Akrimi dan Khemakem, 2012).

(Permatasari, 2017) mengatakan bahwa Instagram memberikan komponen hashtag untuk memperluas cakupan postingan. Hashtag ini mampu mengurutkan topik dan tema yang lebih eksplisit dalam hiburan virtual, selain itu hashtag juga memudahkan Instagram untuk melacak poin terkait sesuai tampilan klien, maka hashtag dapat disurvei untuk membangun kecukupan kompas klien Instagram.

Perkembangan dunia maya semakin pesat (Hamzah, 2013), maka wajar saja saat ini banyak individu yang secara efektif tersedia untuk kita di internet. Untuk situasi ini, kemajuan industri perjalanan saat ini sedang diselesaikan melalui hiburan virtual. Hiburan online dapat dianggap lebih cepat dalam menyebarkan data atau berita dibandingkan dengan media tradisional (Akhmad Rifqi Azis, 2018).

Belum lama ini, Instagram telah dimanfaatkan dengan media yang digunakan untuk menyusun jenis-jenis korespondensi dengan klien individu, tujuannya adalah untuk menyampaikan, sebagai presentasi, melanjutkan pekerjaan, untuk mendapatkan data penting dan juga membuat korespondensi dengan klien lain. sebagai korespondensi relasional (Ainiah, 2018).

Hiburan virtual menawarkan korespondensi sederhana serta media periklanan internet. Dari sedikit hiburan berbasis web yang ada, Instagram merupakan salah satu hiburan virtual yang banyak dimanfaatkan sebagai media periklanan internet. Klien Instagram juga orang-orang serta asosiasi, organisasi, organisasi, dan jaringan toko perdagangan internet. Ini karena hiburan berbasis web memberikan kesempatan berharga untuk lebih dekat

dengan pembeli. Dengan berkembangnya ketenaran Instagram sebagai hiburan berbasis web untuk berbagi foto dan rekaman, klien menggunakannya sebagai media bisnis berbasis web dan menjual melalui Instagram. (Nisrina, 2015).

1. Bono

Bono adalah sebutan untuk ombak atau ombak yang terdapat di Muara Sungai Kampar, Kabupaten Pelawan, Riau. Gelombang Bono sungai Kampar ialah fenomenal alam yang diakibatkan oleh pertemuan arus sungai yang masuk ke laut dan arus laut yang masuk ke sungai karena adanya pasang surut air laut. Biasanya ombak terjadi ditepi laut saja atau danau besar karena adanya perubahan arus udara dan angin.

Nama bono memiliki arti yaitu 'benar'. Kata ini mempunyai cerita tersendiri saat raja Pelalawan memerintahkan urusan supaya untuk menghadapi kepada keraton namun perintah tersebut terhalang ombak untuk menyeberangi sungai. Karena tidak adanya utusan tersebut, maka raja memerintahkan untuk segera melakukan pemeriksaan apakah benar-benar terjadi gelombang besar di sungai tersebut. Maka dari itu akhirnya dapat diperoleh informasi bahwa arti dari bono ini 'benar'. Kata "benar" mendapat sebutan 'bono' sehingga pada saat itu kata 'bono' melekat pada deburan ombak sungai di Teluk Meranti.

Bono termasuk fenomenal alam karena keadaan dimuara sungai itu mengalami pendakalan berat hingga saat air pasang datang dari laut, air pasang tak mampu gerak menuju ke hulu dengan lancar sehingga tecegah oleh

endapan serta bentuk muara sungai yang mengucup. Bono termasuk fenomenal alam yang terjadi akibat gelombang pasang surut ketika bertemu dengan arus sungai kampar. Keadaan muara berbentuk 'V' dapat mempertemukan kedua arus itu, yakni arus pasang dan arus sungai dari hulu, membangkitkan terjadinya fenomena Bono.

Gelombang Bono dikenang untuk kelas gelombang laut, adalah kekhasan hidrodinamika yang terkait dengan perkembangan massa air di mana tsunami ini bergerak ke hulu dengan kekuatan yang menghancurkan. Tidak semua mulut dan suara saluran air dapat menciptakan tsunami seperti bono. Rekor yang pernah ada seperti yang diungkapkan oleh TBRS (Tidal Bore Research Society), Bore yang terjadi di Kanada secara fundly adalah yang paling terkenal dari lebih dari 100 kali bono yang bisa diamati di 60 tempat di seluruh dunia. . Beberapa keanehan telah terjadi di berbagai negara (Donnelly dan H. Chanson, 2002, misalnya di Batang Lumbar (Malaysia), Sungai Siene (Prancis), Sungai Shubenacadie dan Sungai Stewackie (Kanada), Sungai Yang Tse Kiang dan Sungai Hangzhou (Kanada) Hangchow di Cina, bore di Amazon (pororooca) di Brazil, gelombang laut di Seine (mascaret) di Prancis, dan tidak ada Hoogly bore di Gangga.

bahwasannya pada zaman dulu nenek moyang yang mendiami wilayah pesisir semenanjung Kampar mengangap ombak yang dikenal dengan sebutan "Bono" sebagai sesuatu yang mengerikn serta ditakutkan. Oleh karenanya Bono dikategorikn sbagai bencana alam yang punya resiko yang menakuti dan mematikan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007

menyatakan bahwasanya resiko bencana merupakan kemungkinan yang memiliki sifat kerugian dari akibat yang dimunculkan oleh bencana di satu wilayah dalam jangka waktu tertentu seperti kematian, luka-luka, mengungsi, hilang rasa aman, sakit, jiwa terancam, mengungsi, kehilangan harta atau kerusakan, hilangnya rasa aman serta mengganggu beberapa kegiatan masyarakat, Rangkuti (2016).

Kerugian yang di timbulkan dari bencana alam Ombak Bono bisa dilihat dari jumlah korban jiwa yang berambah, 2005 merupakan jumlah korban jiwa paling besar pasalnya saat *speedboat* Tuakal *Ekspres* yang membawa 74 penumpang terbalik di hantam Bono pada saat itu ketinggian Ombaknya mencapai 5 meter, 13 orang naas dalam peristiwa tersebut. Data pada tahun 2016 juga menunjukkan bahwasannya 20 orang penumpang *speedboat* di hantam Ombak Bono serta 4 orang hilang, fenomena tersebut membuat kekhawatiran masyarakat kepada resiko bencana alam tersebut.

Akhir-akhir ini banyak investigasi logis terhadap Ombak Bono (Yulistiyanto, 2009, Rahmawan, Wishe, Husrin, Santri 2014, Maulida, Yoswaty dan Mubarak, 2016, dan Selalu, 2016). Continuously (2016) menyebutkan bahwa Bono merupakan keganjilan reguler baru yang terjadi di aliran Kampar, daerah Pelalawan, Riau.

Keunikan ini mendahului gelombang, dengan kehadiran gelombang Bono di perairan Kampar, menarik banyak minat dari pelancong lokal dan asing melalui cara yang paling umum untuk mengeksternalisasi masyarakat,

dan membuat item individu menjadi kenyataan objektif dan bergantian, asimilasi tunggal. proses juga menyelesaikan item area lokal.

Meskipun Ombak Bono telah diperiksa secara logis dan dijadikan tempat liburan, ketakutan dan kepercayaan masyarakat pada umumnya terhadap fantasi Ombak Bono masih diterima hingga saat ini. Hal ini seolah-olah merupakan kebiasaan yang dilakukan pada perayaan Bekudo Bono yang bertujuan untuk mengurangi resiko terjadinya bencana atau mencegah kerugian dalam memainkan permainan Bekudo Bono. Pascale,Dkk (2016) menyatakan untuk mengurangi sebuah resiko, manusia semestinya melakukan sebuah ritual yang dilakukan baik secara mistis dan sebagainya sebagaimana yang di lakukan nenek moyang dahulu kala bentuk dari petahanan. Mekanism petahanan ini merupakn bentuk penilaian resiko masyarakat mengenai bahaya dari Ombak Bono.

Ombak ukurannya yang cukup besar ini dimanfaatkan wisatawan untuk bermain papan selancar. Oleh karena itu, jika melihat orang bermain selancar di pantai satu hal yang sudah biasa, tetapi kalua melihat orang berselancar di arus sungai ialah suatu hal yang luar biasa. Bono terbesar terjadi ketika musim penghujan ketika debit air sungai kampar cukup besar yaitu kisaran bulan November atau Desember.

Ombak Bono terdapat dua lokasi di Provinsi Riau tempat munculnya ombak Bono, yaitu di Muara Sungai Kampar Kabupaten Pelalawan dan di Muara Sungai Rokan di Kabupaten Rokan Hilir. Masyarakat setempat

menyebut Bono di Kuala Kampar sebagai Bono Jantan karena lebih besar, sedangkan Bono di Kuala Rokan sebagai Bono Betina karena lebih kecil.

Seperti yang ditunjukkan oleh akun individu, sebelumnya gelombang Bono menambahkan hingga tujuh gelombang besar dari tujuh penampakan. Pada masa perintis Belanda, kapal pengangkut Belanda mengalami kendala memasuki Kuala Kampar karena adanya Gelombang Bono. Salah satu perwira tentara Belanda meminta untuk menembak gelombang besar Bono dengan meriam. Entah tidak sengaja atau untuk penjelasan lain, salah satu gelombang besar yang terkena tembakan senjata sebelumnya tidak muncul di masa depan seperti baru-baru ini.

Kini kemunculan Gelombang Bono yang merenggut banyak nyawa karena menerjang ombak Bono, masih menjadi teka-teki di arena publik, baik secara magis maupun eksperimental. Slovic (2000), dalam Aiyuda dan Koenjoro, menyatakan bahwa pertemuan buruk dalam mengelola kegagalan dapat mengubah wawasan individu. Karena perjumpaan pesimistis yang terjadi pada orang-orang serta pandangan umumnya aman dari orang-orang yang tidak tahu apa-apa, itu juga membuat orang berpikir heuristik akan lebih singkat dan tidak menyalurkan kembali data yang ada dan mempengaruhi orang-orang untuk menjadi kurang baik. penalaran metodis.

Orang yang benar-benar memahami heuristik bagaimanapun juga akan merasa takut akan risiko bencana yang ditimbulkan. Bagi mereka yang sudah berpikir matang, akan menjadikan Ombak Bono sebagai tempat wisata karena memiliki wawasan judi yang tinggi dan juga mereka yang berpikir dengan

sadar memahami bahwa Ombak Bono bisa menjadi tempat wisata baik lokal maupun global. Ini adalah pemikiran para analis dalam melihat kontras dalam penilaian risiko jika dilihat dari pengaturan data yang legendaris dan logis terkait dengan bencana Gelombang Bono.

Gambar 1.1
Gambaran Ombak Bono



Bono di Kuala Kampar tersebut berjumlah tujuh, bentuknya mirip kuda yang biasa disebut dengan induk Bono. Inilah sebabnya Pemda Pelalawan menamakan kegiatan berselancar di atas Ombak Bono yang disebut Bekudo Bono yang di ambil dari bahasa daerah, artinya menunggangi Ombak Bono. Saat air pasang, bono jantan biasanya pergi ke Sungai Rokan untuk bertemu dengan bono betina, kemudian langsung menuju jalur perairan Malaka. Itulah sebabnya ketika bulan masih kecil dan air pasang berlalu, Bono tidak ditemukan di sungai.

Saat bulan mulai terbit, Bono kembali ke tempatnya dan bermain di Sungai Kampar atau Sungai Rokan. Setiap kali bulan di atas kepala lebih

penuh, Bono yang lebih gembira akan berlomba di dua saluran air. Muara Sungai Bono yang penduduknya menyebut Kuala Kampar memiliki ombak Bono yang bisa sampai setinggi 6-10 meter.

Sesuai cerita Melayu kuno berjudul Sentadu Gunung Laut, setiap pejuang Melayu Pesisir harus memiliki opsi untuk mengatasi gelombang Bono untuk melatih kemampuan bertarung mereka. Ini bisa dibuktikan karena mengendarai Bono pada dasarnya bisa menjaga keseimbangan tubuh, di luar masalah sihir.

Pada zaman dahulu, karena di daerah itu masih ada pesona alamnya, untuk menaiki ombak bono harus ada fungsi semah yang diselesaikan pada pagi atau sore hari. Fungsinya digerakkan oleh Bomo atau prekursor kota dengan harapan agar para pengendara bono pada umumnya bergerak pengamanan dan terhindar dari segala kenakalan.

Kini masyarakat sungai Kampar menganggap Bono sbagai sahabat alam, warga pemberani bakal menaiki sampan bono, tidak dengan papan selancar pada umumnya. Menaiki sampan di atas Ombak Bono menjadi sebuah aktivitas. Namun kegiatan ini memiliki resiko yang tinggi karena jika salah mengemudikan sampan maka sampan akan tertimpa ombak bono.

Anugrah Pesona Indonesia (API) merupakan rangkaian kegiatan tahunan yang diselenggarakan untuk membangkitkan apresiasi masyarakat terhadap pariwisata indonesia. Dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia (API) wisata bono menjadi tempat berselancar yang terpopuler di Indonesia. Provinsi Riau menjadi juara umum di Ajang Anugrah Pesona Indonesia (API) pada tahun

2017 adapun jumlah pengunjung pada obyek wisata Bono di Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1:
Data Pengunjung Obyek Wisata Bono Oleh Dinas Kebudayaan, Kepariwisataaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan

Nama Obyek	Asal Pengunjung	Tahun			Jumlah
		2018	2019	2020	
Obyek Wisata Bono	DOMESTIK	21,479	206,989	4,260	232,728 Orang
	WISMAN	219	19,034	0	19,253 Orang
Jumlah		21,698	226,023	4,260	251,981 Orang

Sumber Data: Dinas pariwisata, kebudayaan, pemuda dan olahraga Kab pelalawan

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah pengunjung terjadi peningkatan hanya pada tahun 2019, hal itu di sebabkan mulainya di adakan kegiatan festival bekudo Bono dan kegiatan MTQ Tingkat Kabupaten Pelalawan di Kecamatan Teluk Meranti yang meningkat daya tarik para peselancar dunia maupun domestik dan pengunjung kegiatan MTQ Tingkat Kabupaten Pelalawan di Teluk Meranti. Di tahun 2020 jumlah pengunjung di Kecamatan Teluk Meranti mengalami penurunan jumlah kunjungan. Hal ini di sebabkan Covid 19 melanda dunia, jadi hitungan jumlah kunjungan di tahun 2020 dari Januari, Februari, dan Maret.

Di latar belakang saya dalam penelitian yang saya buat ini mengangkat prestasi yang di dapat oleh kabupaten Pelalawan dan salah satu pariwisatanya objek wisata bono yang terdapat di kecamatan Teluk Meranti termasuk di dalam anugerah pesona Indonesia pada tahun 2017. Karena pada tahun 2017 objek wisata bono menjadi pemenang dalam ajang anugerah pesona Indonesia mendapatkan peringkat pertama di dalam kategori tempat

berselancar terpopuler. saya ingin mengangkat penelitian saya ini sebagai prestasi yang di raih oleh kabupaten Pelalawan. prestasi yang ada di kabupaten Pelalawan dan di menangkan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia dengan objek yang di kenal yaitu wisata bono yang terdapat di kecamatan Teluk Meranti. Di dalam Anugerah Pesona Indonesia ini wisata Bono mendapatkan peringkat pertama tempat berselancar terpopuler pada tahun 2017.

2. Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti halnya kamera polaroid yang dahulu dikenal dengan istilah “foto instan” (definisi instagram, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada 04 2016). Instagram juga dapat memiliki opsi untuk menampilkan foto dalam hitungan detik di etalasenya. "Gram" berasal dari "kawat", cara kerja pesan adalah mengirim data ke individu dengan cepat. Oleh karena itu, Instagram dapat mentransfer foto menggunakan organisasi web, sehingga data dapat tersampaikan dan diperoleh dengan cepat. Itulah alasan Instagram berasal dari kata “instant-telegram” (Putri, 2013:14).

Berdasar pandangan Bambang, Instagram merupakan aplikasi ponsel luar biasa untuk hiburan virtual yang merupakan media komputerisasi yang kapasitasnya bisa dibilang setara dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto di gedung atau tempat untuk menyampaikan data kepada klien. Instagram juga bisa memberikan motivasi kepada kliennya

dan bisa juga membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan lebih baik (Atmoko, 2012:10).

Kehadiran media sosial sekarang ini meleburkan ruang privasi seseorang dengan publik. Kegiatan masyarakat saat ini tidak terlepas dari media sosial. Media sosial sekarang ini sedang banyak diminati oleh semua orang yaitu instagram. Survey baru-baru ini mendapatkan bahwa *instagram* ialah *platform* media sosial terpopuler kedua, dengan 59% pengguna *online* dari usia 18-29 tahun memakai *ig*, Masyarakat umum, khususnya anak muda, maju dan berbagai macam latihan, keberatan, foto individu dan rekaman singkat untuk disampaikan kepada masyarakat umum melalui akun hiburan virtual, khususnya Instagram dalam membentuk kepribadian mereka.

Sangat mungkin media sosial yang paling terkenal adalah Instagram. Hadirnya hiburan berbasis web Instagram di kalangan anak muda memang menjadi kekhasan yang menggelitik. Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang telah mengisi popularitas mulai sekitar 2010, dengan lebih dari 500 juta klien dinamis (A. Jackson, 2017). Instagram dipandang sebagai hiburan virtual yang memikat karena hiburan online ini berpusat pada foto dan rekaman durasi singkat, peningkatan gambar, dan korespondensi yang kontras dengan hiburan berbasis web lainnya yang memperhatikan tweet. Survei terbaru menunjukkan bahwa Instagram adalah platform media sosial terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online berusia 18-29 tahun menggunakan Instagram. (A.Jackson, 2017). Instagram memiliki beragam

fitur pendamping yang menarik seperti Snapgram dengan berbagai efek kamera dan fitur live.

Munculnya berbagai aplikasi media sosial telah menciptakan peluang bagi masyarakat untuk berbisnis. Peluang Hiburan berbasis web tidak berhenti di bisnis barang. Administrasi dan organisasi industri perjalanan juga mulai melibatkan hiburan online sebagai cara untuk menonjol bagi individu untuk menggunakan atau mengunjungi keberatan perjalanan mereka. Secara umum, tujuan liburan memanfaatkan 79 juta di antaranya adalah klien dinamis hiburan online (Balea, 2016).

Instagram sebagai salah satu web-based entertainment ternama di Indonesia menempati posisi kedelapan dengan klien mencapai 10%. Berdasarkan sumber e-marketer.com (2017), penggunaan Instagram di Indonesia untuk pelanggan berusia 16-35 tahun, memposting foto saat bepergian mencapai 48,4% (tempat ketiga). Di Indonesia, jumlah pelanggan Instagram dinamis menghubungi 22juta orang. Sedangkan sebaran demograf user terbesar adalah 83%. Namun, 18% dari mereka yang berusia 30-49 tahun dan 6% dari mereka yang berusia 50-64 tahun juga menggunakan Instagram. Berdasarkan data tersebut, Instagram merupakan salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai media promosi.

Menurut hasil semua TNS, sebuah perusahaan riset dan analisis dari inggris. Masyarakat indonesia senang menggunakan instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman *travelling*, tren terbaru, dan komunitas

mobile first juga telah mendorong hasil bisnis yang berdampak bagi besar maupun kecil di Indonesia. Media sosial bukan ruang pribadi melainkan ruang publik bagi remaja, berdasarkan observasi mereka bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk menggunakan media sosial. Entah itu untuk mengupload atau berbagi gambar, foto, video, hanya sekedar melihat-lihat, dan berkomentar.

Di penelitian ini judul saya “**Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Ajang Anugerah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono**”. Instagram adalah salah satu media yang digunakan oleh dinas pariwisata dalam penilaian anugerah pesona Indonesia. Di dalam penilaian anugerah pesona Indonesia tidak hanya satu Instagram saja untuk penilaiannya, selain itu ada juga media sosial lainnya seperti Youtube, Sms, dan Twitter.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Strategi dinas pariwisata dalam pemanfaatan media sosial untuk memenangkan wisata bono dalam anugerah pesona Indonesia
2. Strategi dinas pariwisata untuk memenangkan wisata bono menjadi terpopuler di Anugerah Pesona Indonesia
3. Upaya mengembangkan pariwisata sebagai penyokong perekonomian terutama di daerah

4. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam anugerah pesona Indonesia

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini ialah mengenai penggunaan instagram oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia Wisata Bono.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan media sosial untuk pemenang wisata bono dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penilitian

Berdasarkan identifikasi masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penguunaan Instagram oleh dinas pariwisata dalam memenangkan wisata bono menjadi terpopuler di anugerah pesona indonesia

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan antara teori dengan praktik yang sesungguhnya.
- b. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan mahasiswa khususnya tentang Pemenang Anugerah Pesona Indonesia Wisata Bono Oleh Dinas

Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga di Kabupaten Pelalawan.

- c. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa saran atau pemikiran bagi Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Penggunaan Instagram

Ainiah, (2018) menyatakan bahwa aplikasi yang ada Instagram saat ini, yang sering digunakan sebagai media, digunakan bertekad untuk membuat korespondensi dengan klien individu untuk presentasi, melanjutkan pekerjaan, mencari data dan membangun korespondensi dengan klien yang berbeda atau biasa disebut korespondensi relasional.

Media sosial adalah media yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial yang interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya ke banyak khalayak. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa situs jejaring sosial atau media sosial adalah media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan opini pengguna, serta media yang memberikan ruang untuk komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang *cyber*.

Hiburan berbasis web adalah media komputerisasi dan web yang berpotensi sebagai moda penguatan kawasan lokal. Penguatan tersebut dapat menjadikan hiburan berbasis web sebagai media dalam mengangkat barang dan administrasi untuk diiklankan, salah satunya adalah industri travel. Banyak, hiburan online telah menggeser pola pemanfaatan industri

perjalanan. Dahulu industri travel bisa menjadi kebutuhan “tersier”, namun saat ini industri travel sudah agak bergeser sebagian besar menjadi kebutuhan opsional, bahkan orang-orang tertentu telah menjadikannya sebagai kebutuhan esensial. Sudah banyak cara yang digunakan untuk memajukan industri perjalanan, misalnya memanfaatkan tayangan TV, promosi, selebaran, dan acara. Kemajuan industri perjalanan melalui hiburan online dapat dianggap sebagai strategi yang agak baru dan memiliki efek yang signifikan dalam memberdayakan keserbagunaan wisatawan (Fatanti dan Suyadnya, 2015). Dengan memanfaatkan hiburan virtual, wisatawan atau pembeli dapat berbagi pengalaman dan juga dapat digunakan sebagai sumber dalam melacak data tentang lokasi wisatawan (Gohil, 2015).

Menurut pendapat Mandibergh dalam (Nasrullah, 2015:11), hiburan berbasis web merupakan media data yang bekerja dengan kerjasama antara klien yang menghasilkan konten (client create content). Pemanfaatan hiburan virtual dapat memiliki manfaat penting bagi masyarakat, khususnya:

- a. Sebuah. Komunikasi Online: Komunikasi menyiratkan penyampaian pesan (data, berita, dan sebagainya), cara paling umum untuk menyampaikan pesan dari sumber pesan ke penerima pesan (kolektor), dengan harapan penerima pesan dapat memiliki pemahaman tentang pentingnya pesan dengan pentingnya sumber. Korespondensi termasuk (verbal atau verbal) atau nonverbal penyampaian, seperti sinyal, penampilan, dll. Mengenai web sebenarnya, itu adalah istilah yang sangat terkenal dan umumnya digunakan oleh orang Indonesia

jika dilihat dari sudut pandang bahasa, itu berasal dari kata dalam KBBI yakni online.

- b. Dapat Menghubungkan Banyak Orang: Pada dasarnya hiburan online dapat dianggap sebagai salah satu jenis media surat menyurat. Hiburan berbasis web secara keseluruhan adalah media yang digunakan untuk berbaur (bergaul, baik sebenarnya, dalam pertemuan, dll) antar klien. Semua hal dipertimbangkan, media dan organisasi interpersonal menggunakan kerangka kerja yang sama, menjadi media berbasis web khusus yang terkait dengan web.
- c. cari Informasi, Berita dan Pengetahuan: Menurut McGraw Hill dalam Watie, 2011. Hiburan online adalah metode yang digunakan oleh individu untuk berinteraksi satu sama lain dengan membuat, dan memperdagangkan data atau pemikiran dalam organisasi dan jaringan virtual..
- d. Untuk tujuan kemajuan: Menurut William Shoell, "Advancement is an advertisers work to speak with interest groups. Correspondence is the most common way of impacting others conduct by sharing thoughts, data or feeling with them.

2. Komunikasi Parwisata

Korespondensi industri perjalanan bukan hanya praktik biasa untuk tidur siang menggunakan layanan paket lengkap melalui perencana perjalanan dan pengelola kunjungan (Castro dan Cavia, 2014: 168). Sesuai Burhan Bungin, 2015:94. Korespondensi industri perjalanan memiliki beberapa bidang studi

utama yang dapat dibuat dan akan terus berkembang dan sesuai dengan kerumitan perluasan studi dalam ilmu korespondensi atau industri perjalanan itu sendiri, yang terdiri dari beberapa bagian:

- a. Sebuah Industri perjalanan mempromosikan korespondensi (*The travel industry Marketing Communication*)

Mendefinisikan industri perjalanan dalam korespondensi iklan yang berbeda. Bagaimana industri perjalanan sebagai hasil elemen tenaga kerja dan produk diiklankan kepada klien dengan pendekatan campuran yang menonjol untuk situasi ini 4P (Promosi, Tempat, Harga, Produk) dan 7P (Harga, Produk, Promosi, Tempat, Orang), sebagai serta perpaduan Komunikasi, dan metodologi terbaru tentang TMC.

- b. *Brand Destinasi*

Merek yang objektif menyelidiki sesuatu yang berhubungan dengan penandaan suatu lokasi wisata (Bungin, 2015: 94). Ketidakjelasan suatu tujuan yang dikontraskan dengan berbagai keberatan, pada umumnya terjadi sebagai akibat dari kekecewaan sistem penilaian. Salah satu kualitas merek objektif berasal dari kepribadian objektif yang sebenarnya. Untuk membuat Destination Brand yang kokoh, ada perspektif yang harus dipikirkan (Risitano, 2005: 7), yaitu:

1. *Brand Cultur*
2. *Brand Character*
3. *Brand Personaliti*

4. *Brand Nama*

5. *Brand Logo/Symbol*

6. *Brand Slogan*

c. **Manajemen Komunikasi industri perjalanan**

Korespondensi industri perjalanan para eksekutif menyelidiki bagaimana masih mengudara di bidang korespondensi industri perjalanan, khususnya bagaimana mengawasi pertukaran iklan industri perjalanan, bagaimana menyampaikan keberatan wisatawan, dewan ketersediaan lokasi wisatawan dan para eksekutif dari SDM dan perusahaan industri perjalanan. Apa tugas administrasi dan inisiatif dalam mengawasi individu yang terlibat dengan industri perjalanan, termasuk perencanaan keuangan dewan dan berbagai perangkat dan mesin khusus industri perjalanan (Bungin, 2015: 95).

d. **korespondensi transportasi industri perjalanan**

Penyelidikan korespondensi transportasi industri perjalanan ini mencakup media dan pengalihan korespondensi yang mereka gunakan dalam menyampaikan data transportasi, pengaruh data terhadap industri perjalanan daerah setempat, serta kritik biasa, juga mengenai sarana dan metode transportasi, pengeluaran rencana, keamanan dan kesejahteraan, pilihan transportasi dan ketersediaan dengan kenyamanan. (keramahan, rumah pengunjung). Standar mendasar dalam segmen korespondensi transportasi ini adalah akomodasi, keamanan, dan kemoderatan (Bungin, 2015:95).

e. Komunikasi visual industry perjalanan

Di bidang korespondensi visual industri perjalanan, tinjauan dapat dikoordinasikan dari sisi wajar dan fungsional dari bisnis imajinatif dalam membuat konten korespondensi industri perjalanan. Kami dapat menjalankan visual aplikasi korespondensi industri perjalanan sebagai pernak-pernik / kenang-kenangan, bundling hadiah rata-rata dari lokasi wisata, simbol lingkungan penting, peta area, infografis.

f. Komunikasi Kelompok Parwisata

Komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata, baik pemilik destinasi, penguasa venue, pramudawisata dan pandu wisata. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan event, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasa sejarah destinasi, dan venue wisata (Bungin, 2015: 96).

g. Komunikasi *Onlinee* Parwisata

Mengkaji aplikasi media baru (*new media*), media online baru (*new media online*), konvergensi media, metaphor media, dan media virtual dalam komunikasi pariwisata. (Bungin,2015:96).

h. *Advertising dan MICE*

advertising dan MICE fundamental untuk pemaparan tujuan wisatawan, mulai dari menyusun dan merancang program MICE, mengawasi dukungan/sponsor, pertunjukan MICE, kemudahan

pelaksanaan MICE (pelaksanaan MICE), penilaian dan pengaturan acara.

i. Penelitian korespondensi industri

Penelitian korespondensi industri perjalanan dapat bersifat kuantitatif atau subyektif, dengan objek pemeriksaan pada semua bagian korespondensi industri perjalanan. Pemeriksaan korespondensi industri perjalanan wisata dapat dilakukan oleh pelaku industri perjalanan wisata, dimana hasilnya dapat berupa promotif, preskriptif dan evaluatif bagi kemajuan korespondensi industri perjalanan wisata.

Diantara 9 perspektif korespondensi industri perjalanan, riset ini hanya menganalisis bagian dari korespondensi online industri perjalanan, dengan perhatian melalui hiburan virtual.

industri perjalanan wisata sebagaimana dimaksud dalam peraturan no. 10/2009 tentang industri perjalanan, untuk lebih spesifik jenis latihan kepariwisataan dan disokong oleh berbagai fasilitas dan pelayanan diberikan oleh daerah setempat, manajer keuangan, pemerintah, dan pemerintah negara bagian terdekat. Industri perjalanan wisata merupakan salah satu bidang yang berpengaruh baik terhadap perekonomian, sosial dan budaya di mata masyarakat. Kawasan industri perjalanan memiliki efek finansial melalui pengadaan perdagangan asing, pembayaran teritorial, hingga asimilasi usaha dan pekerjaan. Keadaan sosial-sosial daerah tersebut juga berdampak baik dimana kemajuan industri perjalanan wisata sesuai dengan pelestarian budaya

dan adat istiadat di suatu ruang, memperluas kemampuan daerah, memperluas kesadaran asosiasi daerah setempat, dan memiliki pilihan untuk ekspresi pasar dan budaya lokal. budaya (Aryani, 2017).

Perkembangan industri travel saat ini sebenarnya memiliki beberapa kendala, salah satunya terkait dengan kendala dalam penyampaian data dan keterbatasan waktu (Adhitama, 2016). Data dewan dan kemajuan merupakan hambatan dalam peningkatan industri perjalanan di daerah tersebut. Ini akan memperumit kemajuan industri perjalanan jika aksesibilitas data tentang administrasi industri perjalanan tidak memadai. Saat ini, media promosi industri travel sangat mudah diakses, namun belum dimanfaatkan secara ideal oleh beberapa kabupaten yang memang memiliki potensi industri travel yang menarik..

Berbagai media, yang konvensional ataupun elektro, hendaknya mampu digunakan sebagai berarti memberikan total data tentang satu obyek wisata dengan informasi geografis dengan tajuk pilihan dan pada suatu daerah tertentu dengan penggambaran ekstra dan layak untuk memperkenalkan informasi media, misalnya foto dan rekaman. Kesiapan chart book sebagai moda data dan kemajuan industri perjalanan wisata harus dimungkinkan untuk membantu kemajuan industri perjalanan wisata di Indonesia, khususnya di Kabupaten Pelalawan. Buku peta elektronik dapat memberikan data industri perjalanan yang lebih kuat, intuitif, dan menarik, sehingga akan sangat mempengaruhi kemajuan industri perjalanan di daerah tersebut (Ningrum, 2010).

Kabupaten Pelalawan merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi industri wisata yang luar biasa di Provinsi Riau. Potensi industri perjalanan wisata di Kabupaten Pelalawan sangat beragam, salah satunya aliran wisata yang populer adalah Wisata Alam Ombak Bono yang terletak di muara Sungai Kampar. Selain itu, ada juga Suaka Margasatwa Kerumutan, Taman Nasional Tesso Nilo, Danau Tajwid, dll..

Salah satu Permasalahan industri perjalanan wisata di Kabupaten Pelalawan adalah penyampaian data dan langkah-langkah kemajuan industri perjalanan wisata yang masih layak dan kurang diminati oleh masyarakat miskin. Beberapa kemajuan khusus yang telah diambil oleh pemerintah terdekat antara lain pembentukan akun hiburan virtual industri perjalanan dan pembuatan situs industri perjalanan, namun langkah-langkah kemajuan di media ternyata buruk dan pemahamannya kurang menarik..

Website industri perjalanan dirakit menggunakan panggung Blogger. Blogger adalah sebuah tulisan untuk panggung blog yang umumnya digunakan oleh para blogger amatir. Blogger dipilih sebagai tahap pembuatan situs dalam penelitian ini karena tahap penyumbangan blog ini diperbolehkan untuk digunakan, dan memiliki instrumen dan dukungan yang luas untuk mendistribusikan artikel dan halaman di ruang atau situs. Rencana format situs, subjek situs, dan hal-hal khusus lainnya juga mudah digunakan untuk membangun situs baru. Ruang yang digunakan dalam pengujian ini diklaim oleh Google, khususnya Blogspot. Penetapan blogspot sebagai space, mengingat area tersebut bebas dan digunakan secara umum.

3. Bono

Bono adalah sebutan untuk ombak yang terjadi di muara sungai kampar, Kabupaten Pelalawan, Riau. Gelombang Bono sungi kampar adalah satu kejadian alam dengan ada akibat arus sungai yang bertemu memasuki laut dan arus laut yang masuk ke perairan karena pasang surut. Gelombang biasanya hanya terjadi di sekitar samudra atau samudra atau pun danau yang luas karena perubahan aliran air dan angin.

Bono merupakan suatu kekhasan yang khas dimana karena kondisi di muara sungai terdapat pendangkalan yang sangat berat sehingga apabila air pasang berasal dari pasang naik tidak dapat bergerak ke hulu tanpa halangan namun terhalang oleh residu dan keadaan muara sungai. tenggelam. Bono merupakan ciri khas yang ditimbulkan oleh tsunami yang memenuhi aliran Sungai Kampar. Keadaan 'Sudut' muara memungkinkan berkumpulnya dua jenis pasang surut, yaitu pasang surut khusus dan pasang surut saluran air dari hulu, mengarah ke susunan Bono. Gelombang Bono dikenang untuk kelas gelombang laut, yang merupakan kekhasan hidrodinamika yang terkait dengan perkembangan massa air di mana tsunami bergerak ke hulu dengan kekuatan yang menghancurkan. Tidak semua muara dan muara sungai dapat menimbulkan tsunami seperti bono. Rekor yang tercatat sebagaimana diungkapkan TBRS (Tidal Bore Research Society), Bore yang terjadi pada pembelian aset di Kanada ini merupakan yang tertinggi dari lebih dari 100 kali pemeriksaan di 60 tempat di seluruh dunia. Beberapa keanehan telah terjadi di berbagai negara (Donnelly dan H. Chanson, 2002), seperti Batang

Lumbar (Malaysia), Sungai Siene (Prancis), Sungai Shubenacadie dan Sungai Stewackie (Kanada), Sungai Yang Tse Kiang dan Sungai Hangzhou (Hangchow) .) di Cina, bore di Sungai Amazon (pororooca) di Brasil, lubang pasang surut di Seine (Mascaret) di Prancis, dan lubang pasang surut Hoogly di Sungai Gangga.

4. Komunikasi Massa dan *New Media*

Tidak dapat di pungkiri bahwa hampir semua data yang tersimpan dalam memori setiap individu diperoleh dari komunikasi yang luas. Ketergantungan terlepas dari apakah secara sengaja komunikasi luas dalam struktur apa pun adalah gambaran yang menunjukkan seberapa besar dampak komunikasi luas terhadap masyarakat saat ini. Berbagai jenis media data yang disampaikan oleh perbaikan mekanis saat ini menyebabkan korespondensi massal memiliki kehadiran yang solid dalam contoh korespondensi budaya masa kini. Pekerjaan korespondensi massal padat sampai-sampai mewarnai latihan pengiriman data.

Inovasi data ini akhir-akhir ini berkembang begitu pesat. Keadaan tersebut menunjukkan adanya penyesuaian koneksi dengan memanfaatkan media korespondensi berbasis inovasi. Web dan hiburan online adalah salah satu instrumen utama dalam penyebaran data saat ini. Secara universal, telah mengubah esensi media secara keseluruhan.

Di Indonesia sendiri, Kementerian Komunikasi dan Informatika, berdasarkan hasil penelitian yang dipimpin, mencatat bahwa sekitar 132,7 juta orang Indonesia sepanjang tahun 2016 terhubung dengan web. Penduduk

Indonesia yang habis-habisan adalah 256,2 juta jiwa. perihal itu menunjukkan adanya peningkatan sebesar 51,8 persen dibandingkan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 dimana berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2014 pengguna internet hanya 88 juta (Widiyanto, 2016).

Sehubungan dengan perkembangan social media sebagaimana dipaparkan berdasarkan data tersebut, perilaku penduduk dalam menggunakannya juga mengalami perubahan. Pemanfaatan media baru sudah mulai dimanfaatkan sebagai semacam perspektif untuk menumbuhkan sudut pandang keuangan dengan e-advertising, sudut otoritas publik dengan e-governance, dan sudut pandang instruktif dengan e-learning.

Dapat dikatakan bahwa pada hakikatnya media merupakan perpanjangan tangan manusia, sehingga teknologi yang dipakai mengikuti komponen human interest itu sendiri. Setiap kali inovasi digunakan untuk mengatasi masalah sosial dalam bekerja sama dan mendapatkan data, maka itu adalah kesan aspek manusia sebagai makhluk sosial.

Proses penyebaran data, akses, dan proses percakapan mampu ditanggapi serta disebarluaskan dengan sangat pesat. Dengan tingginya pemanfaatan hiburan online di Indonesia, semakin terbuka peluang untuk melibatkannya sebagai perbincangan diskusi tentang berbagai hal, termasuk detail pengasuhan yang rumit.

5. Proses korespondensi massal

Proses korespondensi massa tidak sama dengan korespondensi yang dekat dan pribadi. Karena gagasan korespondensi massal bisa mempengaruhi banyak individu, sehingga dari itu proses komunikasi menjadi sangat membingungkan dan membingungkan. Proses korespondensi massal dapat dilihat dari proses dalam bentuk:

- a. Menyalurkan dan bisa menerima informasi tersebut dalam skala besar. Oleh karena itu proses komunikasi massa dapat dilakukan dengan penyebaran informasi sosial dalam jumlah yang banyak. Misalnya, saat seputar Indonesia tayang di RCTI, secara bersamaan dapat diterima oleh khalayak (viewer) dalam jumlah yang banyak.
- b. Jalannya korespondensi massal dapat diselesaikan dalam satu arah, khususnya dari komunikator kepada komunikan. Kesempatan dialog ada dua arah antara pengirim juga yang menerima berita ada batasnya.
- c. Jalannya korespondensi massal dapat terjadi karena adanya penyimpangan antara komunikator dan komunikan sehingga dapat membuat korespondensi di antara mereka menjadi datar dan tidak kekal.
- d. Jalannya korespondensi massal bisa jua berlaku karena impersonal (non-personal) dan anonim. Misalnya, tidak susah untuk mengetahui dengan cepat siapa saja orang yang terlibat dari demonstrasi yang dilakukan oleh sekelompok orang tersebut.

e. Jalannya korespondensi massal bisa saja berlaku dengan dasarnya hubungan kebutuhan atau bisa jadi pasar dalam masyarakat. Karena tuntutan pasar, pemberitaan massal cenderung disesuaikan dengan permintaan pasar (audiens). contohnya, jika tayangan Bukan Empat Mata sudah tidak diminati lagi oleh penonton, maka pemilik siaran tersebut akan menghentikan acara tersebut karena akan mempengaruhi permintaan iklan/sponsor. (Bungin, 2006 : 74-75).

6. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu kegiatan sosial yang berfungsi dalam masyarakat. Menurut Robert K. Merton, fungsi kegiatan sosial mempunyai dua bagian, yaitu fungsi manifes merupakan fungsi nyata yang dikehendaki, dan kedua fungsi tak ada dan terpendam (*inactive capacity*), yaitu kapasitas yang tidak menginginkan. Setiap kapasitas ramah di mata publik membuat dampak yang berguna dan tidak berguna.

Fungsi manifes atau fungsi laten, kegiatan sosial juga dapat berfungsi melahirkan fungsi sosial lainnya, yaitu manusia memiliki daya adaptasi yang mengagumkan. Orang dapat mengubah kapasitas sosial mereka yang dianggap berbahaya bagi diri mereka sendiri. Misalnya, penghancuran kekotoran batin yang dilakukan oleh otoritas publik dari satu sudut pandang adalah untuk membebaskan individu dari praktik-praktik kemerosotan, oleh karena itu lagi-lagi, aktivitas penghancuran kekotoran yang tidak diikuti dengan perubahan kerangka akan benar-benar menyebabkan ketakutan bagi otoritas pemerintah di lepas. tentang masa depan mereka karena mereka

merasa bahwa kegiatan mereka diawasi atau ditakuti sepanjang waktu. Kekurangan dari perbaikan kerangka kerja yang baik dan ketakutan akan benar-benar melahirkan keturunan (bersama) dengan model penurunan nilai baru yang lebih kompleks.

Terdapat beberapa point of view orang berbeda tentang kapasitas korespondensi massa. Oleh karena itu sebagai aturan umum, kapasitas korespondensi massal sebagai berikut (Nurudin, 2007: 66-93):

a. Fungsi Data

Dapat disampaikan data oleh orang dengan pesat semua orang mendapatkan kapasitas prinsip korespondensi massa. Oleh karena itu media masa yang dipakai, dalam data yang selesai dikumpulkan atau dibundel dan kemudian disesuaikan untuk semua orang.

b. Fungsi Pengalihan

Pengalihan ialah suatu fungsi lain dari korespondensi masa dengan memakai dari media masa. Semua pasti tau bahwasanya hiburan paling realistis dan paling terlihat dalam media masa ada pada media Televisi kalau dibandingkan dengan berbagai media masa lainnya. (Fatma Laili Khoirun Nida, 2014). Khusus untuk Televisi swasta, porsi tayangan atau tayangan bernuansa hiburan sangat terlihat. Oleh karena itu, masih ada kombinasi dengan fungsi lain seperti penyampaian informasi, dan berbagai macam lainnya.

c. Fungsi Pengaruh

Pengaruh merupakan salah satu unsur korespondensi massa, khususnya kemampuan komunikasi luas untuk mempengaruhi setiap orang untuk melakukan sesuatu seperti yang ditunjukkan oleh apa yang mereka butuhkan untuk mengusulkan kepada komunikasi luas yang bersangkutan. Model: publikasi, artikel, surat dari pembaca yang meyakinkan. Pengaruh dapat mengambil banyak struktur:

- Kepercayaan, atau menguatkan attitude, mengukuhkan, atau nilai seseorang;
- mengubah mentalitas, keyakinan, atau nilai individu
- menggerakkan seseorang untuk menindaklanjuti dengan sesuatu; dan
- menyajikan moral, atau menangani kualitas tertentu.

d. Fungsi Transmisi

Budaya dapat mengubah atau menggerakkan cara hidup atau perubahan sosial masyarakat umum, tidak dapat dipisahkan dari kemajuan komunikasi yang luas serta pengenalan masyarakat dunia dengan semua orang. Hal ini sering diikuti dengan kemajuan inovasi data dan surat menyurat yang telah merambah ke berbagai bagian kehidupan individu, termasuk masyarakat

e. Fungsi Kohesi Sosial

Keterikatan sosial mendekati penyatuan. Keterikatan sosial sebagai salah satu unsur korespondensi massa, dengan demikian komunikasi luas mengambil bagian dalam pemberdayaan semua orang supaya

menyatu. Contohnya : secara tidak langsung komunikasi luas mengajarkan tentang pentingnya konkordansi antar individu yang beragama, oleh karena itu media ini bisa berguna sebagai bentuk acara solidaritas sosial untuk daerah.

7. Media dalam Korespondensi Masa

Berbagai aktivitas korespondensi, tugas media dipengaruhi sekali oleh efektivitas dan kesuksesan satu suatu korespondensi. Media adalah salah satu tempat yang digunakan untuk menyampaikan pesan melewati komunikator kepada komunikan dalam bentuk halayak. Didalam korespondensi ada empat pola media yaitu media interpersonal dimana dia menghubungkan hubungan individu. Polanya dapat seperti surat, telepon, atau pengiriman. Media selanjutnya adalah media ikat, dimana media ini berhubungan dengan latihan korespondensi termasuk kerumunan orang lebih dari 15 orang, seperti pertemuan, lokakarya, pertemuan. Kemudian media publik. Media ini digunakan ketika kerumunan terdiri lebih dari 200 individu dengan struktur yang homogen. Ini harus terlihat dalam perkumpulan, perkumpulan goliath, dll. Komunikasi luas adalah media yang mencakup korespondensi untuk individu yang tersebar dan di mana mereka tidak dikenal. Komunikasi luas adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan dari sumber (komunikator) kepada orang banyak (komunikan) dengan menggunakan instrumen khusus mekanis seperti kertas, radio, serta televise Cangara, (2005: 1119-122).

Seiring dengan perkembangan teknologi ini, sekarang ini media masa tak lagi terlalu fokus kepada Koran, radio, dan televisi, tetapi di Indonesia dari tahun 1995 internet adalah salah satu penyumbang data di dunia korespondensi masa. Kediaman email ialah salah satu langkah pertama media korespondensi interpersonal dilalui media elektronik, kini sudah berkembang jadi berbagai aplikasi yang disusun di dunia maya hingga individu tak perlu lagi mengeluarkan biaya yang gede untuk beli koran, majalah, radio, televisi. , karna semuanya sudah ada didalamnya bisa diakses melalui internet seperti Koranelektrik, siaran radio streaming, youtube, dan lain sbgainya.

8. Dampak Komunikasi Masa

Ada beberapa Penelitian menegaskan bahwa cara individu berperilaku saat ini dipengaruhi oleh komunikasi luas yang mereka konsumsi. Bahkan perluasan perilaku kriminal, yang salah satunya diawali dengan tindakan peniruan identitas, telah dilakukan oleh para penghibur dalam pameran yang dikonsumsi individu. Joyce Cramond memaknai bahwa kehadiran komunikasi yang luas, misalnya, jaringan menunjukkan bahwa dampak media adalah munculnya dampak relokasi yang ia cirikan sebagai pembenahan latihan yang terjadi karena penggabungan TV; melalui pengurangan latihan dan penghentian beberapa latihan keluar dan keluar dan digantikan dengan menatap TV. Dalam budaya Amerika kondisi ini disebut Teletown, dimana kehadiran TV telah mengurangi waktu istirahat, membaca, bermain yang

lama karena mereka harus menghabiskan waktu menonton televisi (Rachmat, 2011:219).

Siklus korespondensi pada dasarnya adalah proses menyampaikan pertimbangan atau sentimen. Perenungan bisa berupa pikiran, data, perasaan, dan lain-lain. Sedangkan sentimen bisa berupa kepastian, kepastian, ketabahan, dll yang muncul dengan penuh keikhlasan. Di zaman yang serba canggih ini, surat menyurat massal yang paling terkenal adalah surat menyurat massal melalui media web yang tentunya sering kita sebut dengan media online.

Dalam korespondensi massal, seperti yang ditunjukkan oleh Cangara (2007), umumnya mencakup pekerjaan media dan perangkat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada semua orang. Arti dari komunikasi luas itu sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada semua orang dengan memanfaatkan instrumen khusus mekanis, seperti kertas, film, radio, dan TV. Dari penjelasan di atas, dapat diduga bahwa komunikasi luas adalah media yang kita gunakan dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada individu-individu yang umumnya luar biasa pada saat yang bersamaan.

Media masa memegang peranan yang amat penting dalam pergantian peristiwa atau bahkan perubahan dalam contoh perilaku masyarakat umum, dengan cara ini tempat komunikasi luas di arena publik sangat penting. Dengan komunikasi yang luas, masyarakat yang tadinya biadab bisa berubah

menjadi masyarakat yang tersosialisasikan. perihal ini bisa terjadi dikarenakan media massa memiliki jaringan yang cukup luas dan massa sehingga orang yang membaca tidak hanya satu atau dua orang saja tetapi sudah mencakup puluhan, ratusan, maupun ribuan pembaca.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, berkembang pula media lain yang kemudian dikelompokkan menjadi media massa seperti internet dan telepon seluler. Media baru atau new media adalah sarana perantara baru dalam hal waktu, keuntungan, penciptaan, dan penyampaian. Salah satu elemen yang terlihat adalah hubungan antara orang-orang dan PC dan web. Struktur berubah dari web, situs web, organisasi informal online, dan diskusi online.

Hadirnya media baru sesuai ramalan McLuhan (dalam Kriyantono, 2007) yang mengatakan bahwa dunia akan berubah menjadi kota dunia dimana barang-barang yang ada akan menjadi selera semua orang. Worldwide Village memahami bahwa mungkin sampai sekarang tidak ada batas pengaturan keseluruhan yang masuk akal. Data dapat bergerak mulai dari satu tempat kemudian ke tempat berikutnya dalam jangka waktu yang singkat. Worldwide Village adalah ide tentang pengembangan teknologi korespondensi di mana dunia dapat disamakan dengan kota yang sangat besar. McLuhan mempresentasikan ide ini pada pertengahan tahun 60-an dalam bukunya *Understanding Media: Extension of A Man*.

Manuel Castells menyatakan dia berpendapat bahwasanya itu bukan 'kota' yang seharusnya seragam, tetapi jaringan dalam organisasi di seluruh dunia yang saling berhubungan berhubungan melalui Media Baru, masyarakat Jaringan. Menurut dia, media bukan lagi media masa, akan tetapi media jaringan, ataupun jaringan multimedia intuitif, yang akan membuat dunia korespondensi sebagai giant web, dunia yang saling berhubungan.

Teori Castell tentang masyarakat jaringan adalah jenis organisasi yang membahas morfologi sosial lain dari suatu masyarakat dan pengaturan dasar pemikiran organisasi secara signifikan mengubah kegiatan atau hasil yang berlangsung siklus, wawasan, kekuasaan, dan budaya.

Berdasarkan pendapat Feldman, *New Media* terbagi menjadi lima karakter, yaitu :

- a. Senang dipalsukan. Maka dari itu sering mendapat reaksi negatif atau menjadi pemarah, karena media baru memungkinkan setiap orang untuk mengontrol atau mengubah informasi lain dalam data gratis.
- b. *is networkable*, adalah jaringan, menyiratkan bahwa materi yang diingat untuk media baru dapat dengan mudah dikirim dan diperdagangkan antara klien melalui jaringan web yang sekarang dapat diakses
- c. bersifat *compressible*, Konten yang sekarang ada di media baru bisa diperkecil ukurannya sehingga kemampuannya bisa berkurang. Ini

dapat mempermudah penyimpanan zat dan mengirimkannya ke orang lain.

- d. Kami hanya membutuhkan sedikit ruang untuk menyimpan zat yang berbeda di media baru. Misalnya, kami ingin hanya satu PC yang terkait dengan Internet untuk menyimpan data dari berbagai media di seluruh planet ini di PC.
- e. Impersial, konten-konten tersebut sudah terdapat didalam media baru tak mensokong kepada siapa pun atau tidak dikuasai oleh orang saja. Karena itulah media baru sering kali dikatakan sebagai media yang termasuk sangat demokratis.

9. Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang H.Oka A. Yoeti (1996:112).

Pembangunan pariwisata sebagai ciri kemajuan masyarakat antara lain bertujuan untuk membuka pintu usaha dan membuka posisi. Sesuai dengan tahapan-tahapan public turn of event, pelaksanaan public development industry travel dilakukan secara lengkap, tersesuaikan, progresif dan terpelihara. Jelas kemajuan di bidang industri perjalanan memiliki tujuan pasti untuk meningkatkan gaji individu yang dengan demikian dapat bekerja pada bantuan pemerintah individu.

Tahun 2019, Kementerian Pariwisata RI melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau menyelenggarakan "Bimbingan Teknis Penyuluh Pengembangan Sadar Wisata dan Potensi Masyarakat Destinasi Pariwisata tahun 2019" dan pada tahun 2018 menyelenggarakan "Workshop Pengembangan Sistem Sadar Wisata dan Sapta Pesona" meningkatkan perkembangan Kesadaran Wisata dan lima SaptaPesona. Pengembangan pariwisata ditujukan pada media pemberi informasi yang berangsur-angsur bergeser ke arah komputerisasi. Ini bekerja dengan hamburan data dengan cepat dan ekonomis. Media yang selama ini dimanfaatkan oleh DPRD hanya sebatas hiburan berbasis web, padahal ada media yang dapat menyebarkan data secara cepat dan tepat, khususnya yang disebut dengan media online, media baru yang dapat diakses efektif dimanapun dan kapanpun.

Media online dapat dimanfaatkan sebagai media waktu yang sangat terbatas dalam memajukan obyek industri wisata di Kabupaten Kerumutan. Sehubungan dengan itu, penelitian ini akan menyampaikan prosedur korespondensi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam memajukan eksotisme hutan Suaka Margasatwa Kerumutan sebagai biosfer dunia menyelamatkan industri perjalanan.

Pemerintah Kabupaten Pelalawan mengatakan kawasan industri perjalanan wisata merupakan salah satu kawasan yang berperan signifikan sebagai pendapatan daerah Kabupaten Pelalawan. Kabupaten Pelalawan juga memiliki beberapa tempat wisata antara lain wisata alam, wisata sejarah dan wisata sosial. Salah satu objek wisata yang biasa dikenang untuk siklus

menuju Nasional-Internasional industri perjalanan di Kabupaten Pelalawan adalah ombak bono atau bono.

Saat ini, banyak pemerintah daerah yang memiliki wilayah seperti pantai atau sungai, sedang berusaha untuk mengembangkan kemampuan mengemudikan objek wisata di sekitar atau wilayah yang dianggap dapat dijadikan sebagai wilayah tempat liburan. Hal inilah yang mulai dihadirkan Pemerintah Kabupaten Pelalawan pada 18-21 November 2011 sebagai kawasan tujuan wisata Tirta Bono dengan berupaya meningkatkan kapabilitas Obyek Wisata Bono sebagai simbol industri perjalanan wisata. Kawasan Obyek Wisata Tirta Bono berada di Kecamatan Teluk Meranti yang memiliki tempat dengan Kabupaten Pelalawan yang merupakan aset khas yang mungkin dapat diciptakan.

Bono yang saat ini jadi ikon Kab. Pelalawan memulai membenahi semua infrastruktur kawasan Kab. Pelalawan. perihal ini diterapkan supaya mendukung dan menciptakan Bono sebagai area rekreasi berbasis internasional. hinggalah dimungkinkan untuk menambah jumlah peselancar yang bakal melihat ombak bono atau bono.

Demi meningkatnya kuantitas kunjungan pelancong, tidak menutup kemungkinan untuk meningkatkan pendapatan devisa negara dan jua mampu memperoleh kesempatan yang tinggi untuk masyarakat sekitarnya demi menggunakan melalui menjual makanan/minuman, seraya mencadangkan prasarana lainnya sebagai rumah bermalam atau parkir transportasi. Tentu

saja, penduduk mampu mendapatkan laba dari momentum ini. Selain menjual santapan pangan, penduduk sekitar jua dapat menjual oleh-oleh, kerajinan tangan, makanan atau pakaian khusus yang manfaatnya dapat meningkatkan perekonomian keluarga masing-masing.

Atas kapasitas tersebut diharapkn masyarakat mampu ikut serta dalam mempromokan kawasan Kab. Pelalawan, tidak wisata bono/ ombak bono sahaja, akan tetapi penduduk disekitarnya jua dapat mempromokan macam-macam tempat rekreasi yang terdapat diKabupaten Pelalawan. Permasalahan didalam penelitian ini ialah: 1) Bagaimana karakteristi penghasilan, pekerjaan, dan beaya yang harus dihabiskan penduduk semenjak keberadaan objek wisata Ombak Bono?, 2) Apa saja efek ekonomi yang timbul dari wisata alam berbasis penduduk pribumi? aktivitas disekitar objek wisata ombak bono sungai kamar? Tujuan dari penelitian ini ialah: 1) mengenali ciri-ciri karya, beaya yang dihabiskan masyarakat sejak keberadaan obyek wisata ombak Bono. 2) menelaah efek ekonomi yang timbul dari aktivitas wisata alam berbasis penduduk pribumi terhadap penghasilan penduduk sekitar objek wisata sungai Kamar ini.

Pariwisata ialah sejumlah kegiatan yang dilakukan terutama yang ada kaitannya langsung berhubungan dengan masuknya kegiatan perekonomian secara langsung berhubungan dengan maksudnya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing yang keluar masuk suatu kota, daerah atau negara”. Schulard dalam Yoeti (1996:114).

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata BAB I

Pasal 1: dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang kunjungi dalam jangka waktu sementara. menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Setidaknya Pariwisata harus memiliki daya tarik yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi wilayah tertentu; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang kunjungi dalam jangka waktu sementara.

secara daya tariknya terbagi 3 bagian, yaitu:

a. Daya Tarik Alam

Merupakan wisata alam yang dilakukan dengan mengunjungi daerah untuk tujuan wisata yang mempunyai keunikan secara daya tarik alamnya, bisa berupa pesisir pantai, gunung, laut, dan hutan.

b. Daya Tarik Budaya

Merupakan wisata alam yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikannya atau kekhasan secara wisata budaya wisata dan lainnya.

c. Daya Tarik Minat Khusus

Merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata sesuai dengan minat yang berupa wisata belanja, wisata kuliner, wisata rohani, dan olahraga.

10. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata dapat dilihat dengan menyeluruh dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan dalam Pasal 1 mengatakan :

- a. Wisata ialah aktivitas perjalanan sebagian dari aktivitas yang dilaksanakan tersebut secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke tempat wisata-wisata.
- c. Pariwisata adalah sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang itu.
- d. Kepariwisataan adalah sebagai sesuatu yang berhubungan termasuk penyelenggaraan pariwisata.

a. seluruh kegiatan ini berkaitan dengan perjalanan wisata

b. Pengusahaan obyek atau daya tarik wisata, seperti: Kawasan wisata, taman rekreasi

4) menyewa kamar hotel selama menginap pada berapa tempat yang dikunjungi oleh orang.

5) Biaya makan atau minum pada Bar dan Restoran dalam ataupun diluar hotel.

6) Biaya tour and sight seeing serta excursion pada kota yang telah dikunjungi.

7) Biaya taksi untuk transport lokal untuk keperluan berbelanja atau kebutuhan individunya.

8) Pengeluaran dalam membelanjakan barang-barang souvenir juga barang-barang lainnya, yang dibeli diberapa kota yang telah dikunjungi.

9) Fee perpanjangan visa ditempat dan kota yang dikunjungi oleh orang (apabila dibutuhkan). berdasarkan pendapat Yoeti ada berapa masalah yang dilalui penduduk sekitar daerah tujuan wisata yaitu sebagai berikut:

- a. atraksi dan daya tarik wisata
- b. Kantor dan yayasan industri perjalanan
- c. Kunjungi administrasi
- d. SDM
- e. Penggunaan kemajuan inovatif
- f. Buka posisi dan gaji yang diperluas

B. Definisi Operasional

Dari penelitian ini, perlu di ketahui definisi operasional dari setiap variabel untuk menghindari ketidak jelasan arti dari variabel-variabel yang akan di teliti

yaitu Penggunaan Instagram oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Anugrah Pesona Indonesia Wisata Bono

1. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang keberadaannya kini di pakai sebagian media yang tujuannya untuk membangun komunikasi dengan sesama pengguna, Instagram bisa juga di gunakan untuk mempromosikan wisata bono menjadi tempat berselancar yang terpopuler di Indonesia.
2. Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang terutama yang ada kaitannya langsung berhubungan dengan masuknya kegiatan perekonomian secara langsung berhubungan, maka dari itu adanya pendiaman atau Bergeraknya orang-orang asing yang keluar masuk suatu kota, daerah dan negara”. Schular dalam Yoeti (1996:114).
3. Bono adalah sebutan ombak yang ada di Teluk Meranti, ombak yang terjadi di Muara Sungai Kampar. Ombak yang terjadi di sungai Kampar itu terjadi karena adanya pertemuan arus sungai memasuki laut dan arus laut memasuki sungai karena pasang. Maka terjadilah ombak yang ada di Sungai Kampar.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama, Dan Universitas	Judul	Masalah	Hasil Dan Metode
1	Wardana, Universitas Lampung	Potensi dan strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Pesisir Barat	Bagaimanakah potensi dan strategi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat??	Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tehnik pengumpulan data, wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi.
2	Fadli, Universitas Riau	strategi pengembangan objek wisata khususnya Pusat budaya Danau Betung Petalangan Kabupaten Pelalawan.	Strategi pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dengan teknik pengumpulan data, kuesioner, wawancara, populasi dan sampel

1. Pada penelitian Wardana, Universitas Lampung yang berjudul Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat. Penelitian yang ada di table di atas memiliki persamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama meneliti tentang pariwisata dan perbedaannya, penelitian saya tentang penggunaan media sosial sementara penelitian terdahulu membahas tentang potensi dan strategi pengembangan pariwisata.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fadli, Universitas Riau yang berjudul strategi pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Adapun persamaan pada penelitian ini sama-sama membahas tentang pariwisata dan perbedaannya pada penelitian terdahulu membahas strategi pengembangan objek wisata.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian deskriptif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat mengungkapkan fakta dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti.

Menurut dari pada penelitian kualitatif dapat disimpulkan (Sugiyono, 2013:298). Tak memakai populasi karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus-kasus pilihan dimana terdapat pada kondisi social tertentu dan hasil penelitian tersebut takkan diterapkan pada populasi tapi dipindahkan kedalam tempat yang lainnya, dalam kondisi social tersebut mempunyai persamaan dengan kondisi social di case yang diteliti. .

Spradley mengemukakan dalam (Sugiyono, 2013:297). Disebut keadaan sosial atau keadaan sosial yang terdiri dari tiga komponen, khususnya tempat, penghibur dan tindakan. Untuk situasi ini, itulah yang terjadi di Kepulauan Togeang, Provinsi Sulawesi Tengah, yang mencakup semua unit di lingkup eksplorasi, khususnya kepala dan jaringan yang memanfaatkan objek industri perjalanan di daerah itu.

B. Subyek dan Obyek penelitian

1. Subyek

Subjek ialah tujuannya memiliki atribut khusus yang ditetapkan oleh spesialis untuk dipertimbangkan dan lalu diambil kesimpulan (Sugiyono, 2012: 38).

Subyek dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 3 orang yaitu :

- a. Bapak Tengku Kaharudin.S.Sos selaku kasi pengembangan objek wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan, mengapa peneliti menjadikan beliau sebagai subjek dalam penelitian ini karena bapak ini terlibat langsung dalam mempromosikan ajang anugerah pesona Indonesia.
- b. Ibu Susi Amaliana.SP.i.M.SI sebagai pemimpin kantor pariwisata yaitu dengan sebutan kabid pariwisata kabupaten pelalawan.
- c. Ibu Nola Fitria.S.S sebagai analis pariwisata.

2. Objek

Objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:38).

Sedangkan objek kajian dalam penelitian ini adalah penggunaan instagram oleh dinas pariwisata Pelalawan dalam anugerah pesona Indonesia objek wisata bono.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan dilokasi kantor dinas pariwisata kabupaten Pelalawan Provinsi Riau tepatnya di Pangkalan Kerinci, Jalan Komplek Perkantoran Pemda

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam Penelitian ini adalah selama empat bulan yaitu dari bulan Agustus – Desember 2020

Table 3.1
Tabel Jadwal Waktu Penelitian

No	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																			
		Februari 2020				Desember 2020				Januari 2021				April 2022				Mei 2022			
		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	x	x	x	x	x															
2	Seminar UP									x											
3	Riset											x	x								
4	Penelitian Lapangan					x	x	x													
5	Pengolahan dan analisis data								x												
6	Konsultasi dan bimbingan skripsi														x	x					
7	Ujian Skripsi														X					x	
8	Revisi dan pengesahan skripsi																				x
9	Penggandaan serta penyerahan skripsi																				X

Sumber: Data Olahan Peneliti

D. Sumber Data

Jenis informasi yang dilibatkan oleh para spesialis dalam mengumpulkan informasi penelitian adalah informasi penting dan informasi opsional.

1. Data Primer

Berdasarkan pendapat dari Sugioyo (2012:137) data primer ialah sumber informasi telah langsung diberikan informasi kepada otoritas informasi. Informasi penting akan menjadi data yang dibutuhkan spesialis dalam mengarahkan eksplorasi.

2. Data Sekunder

Menurut pendapat dari Sugiono (2012:137) data sekunder, “merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”.

E. Teknik pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik yang saling mendukung satu sama lain yang diperoleh dari :

1. Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari narasumber, dengan melakukan kunjungan langsung ke kantor pariwisata, sehingga dengan teknik wawancara ini informasi dan data akan lebih konkrit karena akan dipertanyakan secara langsung kepada narasumber. Adapun dalam pengumpulan data peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan seputar dengan Ajang Anugerah Pesona Indonesia. Narasumber ditekankan untuk memberikan jawaban yang konkrit supaya penulisan dalam penelitian ini menjadi mendalam dan dapat di pahami pembaca.

2. Dokumentasi

Menurut pendapat dari pada Sugiyono (2013:240) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Laporan dapat melalui komposisi, gambar, atau karya fantastis individu. Arsip melalui komposisi, misalnya seperti jurnal, kronik kehidupan, cerita, catatan, pedoman, aransemen. Rekaman sebagai gambar, misalnya foto, gambar hidup, penggambaran dan lain-lain.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Lexy J. Moleong (2008:330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dengan sumber.

Menurut Patton (1987:330) triangulasi dengan sumber menyiratkan kontras dan memikirkan kembali tingkat ketergantungan data yang diperoleh melalui berbagai waktu dan perangkat dalam eksplorasi subjektif (dalam Lexy J. Moleong, 2008:330). Hal ini dapat diraih dengan:

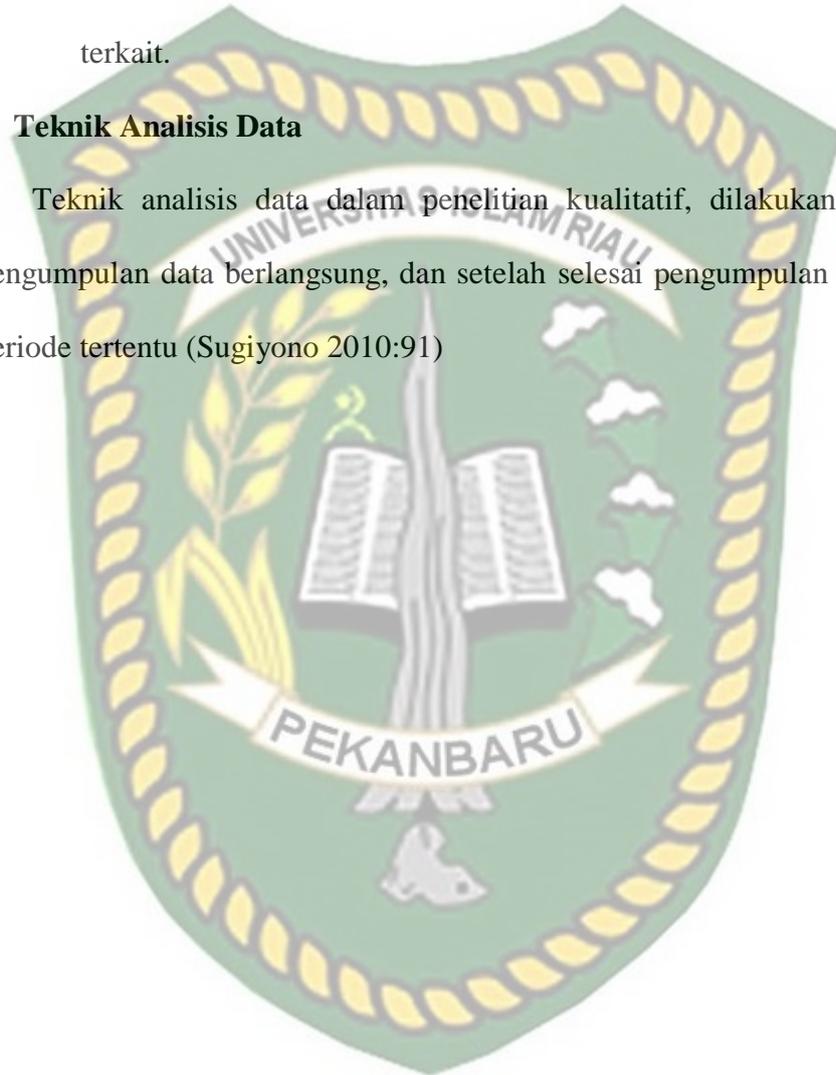
1. Membandingkan informasi dari persepsi dan konsekuensi pertemuan.
2. Membandingkan apa yang dikatakan individu di siang bolong dan apa yang mereka katakan secara pribadi.
3. Lihatlah apa yang orang katakan tentang keadaan ujian dengan apa yang dikatakan sesekali.
4. Membandingkan keadaan dan sudut pandang individu dengan sentimen dan perspektif yang berbeda pada individu, misalnya,

individu biasa, individu tengah atau tinggi, individu kaya, individu pemerintah.

5. Membandingkan konsekuensi pertemuan dan substansi laporan terkait.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu (Sugiyono 2010:91)



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Perkembangan Dinas Pariwisata Pelalawan

Berasal Dari nama sebuah wilayah, khususnya wilayah Pelalawan, yang paling unggul di kelasnya dan berperan penting dalam kemajuan moneter di sepanjang Sungai Kampar dan Pantai Timur Sumatera sebelumnya, tidak ada salahnya jika daerah tersebut pionir-pionir di wilayah Kampar Hilir dan faktor lingkungannya mensosialisasikan nama ranah sebagai nama salah satu wilayah yang dibingkai dari perkembangan Kabupaten Kampar. Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999, mulai tanggal 12 Oktober 1999, Kabupaten Pelalawan resmi mengasingkan diri dari Kabupaten Kampar dan menjadi salah satu rezim di Provinsi Riau. Dengan luas wilayah sekitar 12.490,42 km, saat ini telah terbentuk menjadi 12 sub-wilayah, tepatnya: Kecamatan Pangkalan Kerinci, Kecamatan Langgam, Kecamatan Pangkalan Kuran, Kecamatan Pelalawan, Kecamatan Bunut, Kecamatan Ukui, Kecamatan Pangkalan Lesung, Kecamatan Kerumutan, Teluk Kecamatan Meranti, Kecamatan Kuala Kampar, Kecamatan Bandar Sei Kijang dan Kecamatan Bandar Petalangan.

Posisinya yang sangat esensial, khususnya berada di jalur Trans-Sumatera Timur dan berjajar di Provinsi Kepulauan Riau dan Negara Tetangga (Malaysia dan Singapura) merupakan modal dan manfaat mendasar bagi Kabupaten Pelalawan untuk mendorong kemajuan di segala bidang.

Daerah ini terletak di pusat kawasan bagian timur pulau Sumatera yang dibatasi oleh:

- a. Di sebelah timur dengan wilayah Karimun dan jalur perairan Melaka.
- b. Sebelah barat dengan Kabupaten Kampar dan Kota Pekanbaru.
- c. Sebelah utara dengan Kabupaten Siak.
- d. Di selatan dengan Indragiri hulu dan hilir daerah Indragiri.

Atas ditetapkannya Pangkalan Kerinci sebagai ibu kota dan pusat pemerintahan, Kabupaten Pelalawan mulai berlomba-lomba mencari segala bentuk keterbelakangan dan keterbelakangan yang telah melilit segala bidang kehidupan. Penduduk asli terdiri dari marga Melayu yang terbagi menjadi dua wilayah standar yakni suku Melayu asli Petangan, Bersamaan dengan pembenahan lokal terjadi penyiapan individu-individu dari berbagai marga dan daerah, misalnya Sumatera Barat, Sumatera Utara, Aceh, Jawa dan lain-lain. Dengan populasi ini kurang lebih 311.726 jiwa.

Sungai Kampar yang membelah kabupaten ini dari Barat ke Timur dengan beberapa anak sungai memberikan ciri khas tersendiri bagi kehidupan warganya. Dimana sebagian besar masyarakat adat sangat bergantung pada kekayaan dan keanekaragaman sumber daya air. Sedangkan masyarakat adat yang hidup didarat dan di daerah provinsi mengandalkan kemewahan dan keragaman barang-barang dusun dengan membuka kebun dan menggunakan aset kayu lain seperti rotan, madu dan lain-lain.

2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Pelalawan

a. Visi

“Terwujudnya Kabupaten Pelalawan maju dan sejahtera, melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan yang didukung oleh pertanian yang unggul dan industri yang tangguh dalam masyarakat yang beradab, beriman, bertaqwa, dan kebudayaan melayu tahun 2030.

Rumusan visi tersebut diatas mengandung makna sebagai berikut:

1. Kabupaten Pelalawan yang maju dan sejahtera.
2. Pemberdayaan ekonomi kerakyatan.
3. Pertanian yang unggul.

b. Misi

Meningkatkan kualitas kehidupan dengan terpenuhinya kebutuhan dasar, sandang pangan, papan, pendidikan, kesehatan, bermartabat dan berbudaya. Menciptakan lapangan kerja yang meningkatkan hasil dan mutu pertanian melalui pemanfaatan teknologi berbasis agrobisnis serta pengelolaan hutan-hutan yang lestari. Menciptakan dan membina industri yang mampu menghasilkan produk yang berdaya saing dan berwawasan lingkungan. Peningkatan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari melalui pendidikan agama dan mengfungsikan lembaga-lembaga keagamaan sebagai wadah pembinaan umat.

3. Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan

a. Kepala dinas

Kepala dinas selaku kepala satuan kerja perangkat daerah mempunyai tugas memimpin, merencanakan, mengkoordinasikan, mengendalikan, mengevaluasi dan melaporkan seluruh kegiatan dinas sesuai dengan kewenangannya.

b. Sekretariat

Sekretariat bertugas melakukan penyusunan proyek, rencana kerja, koordinasi, pemeriksaan, kontrol dan penilaian pelaksanaan kewajiban yang sebenarnya, dengan menawarkan jenis bantuan khusus dan otoritatif untuk semua asosiasi di dalam sosial, industri perjalanan, pemuda, dan administrasi olahraga.

c. Bidang kebudayaan

Bidang ini mempunyai usaha mengatur, melaksanakan, mengawasi, menilai pergantian peristiwa, pengamanan, dan pemanfaatan kawasan sosial.

d. Bidang pariwisata

Bagian ini memiliki tugas perencanaan, pelaksanaan pengaturan promosi khusus, periklanan industri perjalanan, membuat keberatan industri perjalanan serta mengembangkan mitra kemitran pariwisata.

e. Bidang Pemuda

Memiliki peran melaksanakan pekerjaan, memberikan dukungan terhadap aktivitas perkembangan, pembiayaan, penatan serta juga pembinaan kepemudaan.

f. Bidang olahraga

Mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan suatu pekerjaan serta pembinaan dan pengawasan kegiatan di bidang olahraga.

4. Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan

Gambar 4.1

Logo pariwisata pelalawan



Penjelasan tentang logo pariwisata pelalawan diantaranya:

- a. Sebuah ujung tombak dan dua helai daun sirih, melambangkan tiga unsur tali pelintiran kedaulatan, yaitu unsur pemerintahan, unsur ragam dan unsur adat. Itu juga melambangkan kekuatan dan kemurahan hati.

- b. Empat buah payung, melambangkan empat kakek-nenek. Itu Datuk Engu raja lela putra (langgam), datuk laksamana mangku diraja (pangkalan kuras), datuk kampar samar diraja (bunut), dan datuk bandar setia diraja (kuala kampar) yang merupakan cikal bakal terbentuknya kabupaten pelalawan dan 29 rumbai-rumbai payung melambangkan 29 pebathinan.
- c. Premis logo, pengembangan perlindungan yang mewakili fleksibilitas masyarakat dalam menegakkan keadilan dan kebenaran, perisai dibagi menjadi 4 bagian melambangkan catur karsa (empat kehendak) yaitu: kesungguhan, kejujuran, gotong-royong dan kekeluargaan.
- d. Rantai, mewakili solidaritas yang diperkuat oleh pepatah kabupaten pelalawan “TUAH NEGERI SEIYA SEKATA” dan meningkatkan kesatuan dan persatuan 29 perbathinan di kabupaten pelalawan.
- e. Beras, mewakili keberhasilan pertanian dan aset reguler yang berlimpah melimpah di kabupaten pelalawan juga mencerminkan sikap masyarakat pelalawan yang rendah hati ibarat pepatah “makin berisi makin merunduk” jumlah butiran padi 12 biji merupakan tanggal terbentuknya kabupaten pelalawan.
- f. Bintang berujung lima melambangkan sifat ketuhanan yang tiada tara yang menunjukkan individu Kabupaten Pelalawan menjaga kualitas yang ketat.

- g. Bulan dengan 10 pancaran sinar, melambangkan bulan kesepuluh dari susunan Kabupaten Pelalawan
- h. Sedangkan 9 kelopak bagian atas manggis di kiri dan kanan melambangkan tahun 1999 yang merupakan tahun terbentuknya Kabupaten Pelalawan dan mencerminkan masyarakat yang adil dan terbuka.
- i. “Sampan kampa” merupakan Perahu biasa Pelalawan, yang mencerminkan keluwesan individu yang bisa menghuni laut dan darat.
- j. Lima gelombang cara, mewakili Pancasila.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi informan penelitian

Berdasarkan data peneliti dapatkan, maka pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang berjudul Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Ajang Anugrah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono. Sebelum peneliti membahas mengenai hasil penelitian, terlebih dahulu peneliti menjelaskan secara umum identitas subjek penelitian dan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Nama : Bapak Tengku Kaharudin.S.Sos

Tugas : selaku kasi pengembangan objek wisata Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan, mengapa peneliti menjadikan beliau sebagai subjek dalam penelitian ini karena bapak ini terlibat

langsung dalam mempromosikan ajang anugerah pesona Indonesia.

2. Nama : Ibu Susi Amaliana.SP.i.M.SI

Tugas : sebagai pemimpin kantor pariwisata yaitu dengan sebutan kabid pariwisata kabupaten pelalawan.

3. Nama : Ibu Nola Fitria.S.S

Tugas : sebagai analis pariwisata.

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan hasil wawancara dan fakta yang ditemukan dilapangan, (Penggunaan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan Dalam Ajang Anugrah Pesona Indonesia Objek Wisata Bono). Yang kemudian diproduksi berdasarkan pertanyaan peneliti dan mengambil dari buku panduan yang telah diberikan, hasil pemaparan pada penelitian ini tanggapan para saksi serta keterangan-keterangan dari lapangan yang sangat membantu penyelidikan ilmiah sesuai kebutuhan eksplorasi ini. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan penelitian secara langsung seperti wawancara dan dokumentasi.

Adapun manfaat dari penggunaan Instagram oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam ajang anugrah pesona Indonesia seperti :

Dalam melakukan penelitian, peneliti dituntut untuk mendapatkan informasi yang releavan dan jelas. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada

informan-informan yang dapat memberikan penjelasan yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan data secara mendalam agar tujuan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

2. Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Pariwisata sebagai Media Promosi di dalam Anugerah Pesona Indonesia

Beberapa pertanyaan sudah diajukan kepada informan terkait dengan pemanfaatan media sosial salah satunya Instagram sebagai promosi pada ajang Anugerah Pesona Indonesia.

a. Media promosi melalui Instagram

Konten merupakan suatu hal yang paling penting dalam proses promosi yang berisikan informasi yang ada di dalam media promosi entah berupa gambar atau pun video. Nama akun instagramnya ialah @pariwisatakabpelalawan. Menurut informan Bapak Tengku Kaharudin.S.Sos konten-konten yang dipromosikan oleh akun Instagram @pariwisatakabpelalawan mempromosikan ajang Anugerah Pesona Indonesia yang objeknya wisata bono pada tahun 2017 sehingga memenangkan ajang tersebut.

“Dalam hal ini khusus memegang media sosial Instagram @pariwisatakabpelalawan kami turun kelapangan untuk mencari informasi yang tujuannya untuk mempromosikan wisata-wisata yang ada di kabupaten Pelalawan dan juga kita menjalinkan kerja sama dengan media sosial Instagram yang namanya @infopkc dan @bonobeachtelukmeranti.”

b. Pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi

Aplikasi Instagram mempunyai berbagai jenis fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna agar postingan tersebut lebih menarik perhatian para *follower*. Biasanya, semakin menarik postingan maka akan lebih banyak mendapatkan like dan dukungan dari masyarakat sehingga wisata bono bisa memenangkan ajang Anugerah Pesona Indonesia tersebut. Menurut informan Bapak Tengku Kaharudin.S.Sos memanfaatkan Instagram dengan mengoptimalkan fitur-fitur yang telah di sediakan seperti berikut:

1. Fitur foto dan video

Dalam fitur foto penggunaan Instagram dapat sekaligus menggunakan beberapa jenis konten efek pada aplikasi Instagram yang membuat suatu kiriman hasilnya menjadi lebih menarik, sehingga banyak yang mendukung di dalam ajang tersebut.

Begitu juga pada fitur video pengguna dapat memanfaatkan beberapa jenis konten yang ada pada aplikasi Instagram tersebut. Contohnya seperti Instagram *stories*, *Live* video Instagram.

2. Fitur hastag (#) dan arroba (@)

Setiap @pariwisatakabpelalawan memposting video atau pun foto bisa juga kita menggunakan hastag (#) dan arroba (@) untuk memaksimalkan postingannya alasannya pengguna

Instagram bila ingin mencari sesuatu mereka menggunakan fitur hastag (#) untuk mempermudah apa yang dibutuhkan.

“Dalam hal ini dinas pariwisata kabupaten Pelalawan juga memanfaatkan fitur hastag (#) agar mempermudah pencariinya di instagram karena, banyak orang yang mencarinya tidak menemukannya akun yang di cari maka mereka akan menggunakan hastag (#) agar mempermudah pencariannya.”

3. Dampak Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun Pariwisataakabpelalawan

Dampak pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi terhadap pariwisataakabpelalawan sebagai berikut:

a. Follower

Menurut informan Ibu Susi Amalia.SP.i.M.Si adapun pengaruh dari *follower* setelah di bikin akun Instagram pariwisataakabpelalawan yaitu bertambahnya *follower*. Setelah bertambahnya *follower*, *follower* bisa mengetahui informasi dari Instagram pariwisataakabpelalawan. *Follower* yang datang sekalian di ajak membaca di deskripsi akun instagram ini, karena membaca memberikan dampak yang positif untuk *follower* yang mengikuti akun Instagram ini.

“Banyaknya follower yang berkunjung, setidaknya ada beberapa orang yang mengunjungi akun ini untuk mengetahui adanya dampak dari ajang Anugerah Pesona Indonesia dengan menggunakan Instagram orang-orang yang baru mengunjungi akan mendukung ajang ini dengan cara like konten tersebut.”

4. Kendala Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada akun Pariwisataakabpelalawan

Menurut informan Ibu Nola Fitria.S.S tidak ada kendala terlalu besar yang di alami. @pariwisatakabpelalawan dalam memanfaatkan Instagram sebagai promosi wisata bono kabupaten pelalawan.

“Anugerah pesona Indonesia wisata bono tidak ada kendala besar, kita mengenalkan wisata bono di mata orang, tapi kita jangan menceritakan tentang keburukan bono. Kita ceritakan yang bagus-bagusnya supaya orang-orang tertarik. Durasi lama ombaknya kurang lebih 2 jam dan tinggi ombaknya 5-7 meter, bahkan bukan nasional saja internasional akan tertarik juga untuk mendukungnya.”

Di dalam ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia itu menggunakan media apa saja dalam mempromosikannya ?

“media yang kita digunakan dalam mempromosikan anugerah pesona indonesia kita punya Instagram, Facebook, Sms, dan Twitter.”

Apa saja kendala bapak saat melakukan acara ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ?

(Hasil wawancara Ibu Susi Amaliana.SP.i.M.SI)

Apa dampak terhadap akun Instagram @pariwisatakabpelalawan, dengan adanya ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ini ?

“Dengan adanya ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia itu salah satu strategi dari kita dengan menggunakan media sosial salah satunya Instagram untuk memenangkan ajang ini dan juga bagian cara dari kami untuk mempromosikan wisata bono ke tingkat provinsi hingga nasional.

Siapa orang yang berperan dalam memajukan ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia tersebut ?

“Di sini kami dinas pariwisata kabupaten Pelalawan berusaha semaksimal mungkin membangun dan mendukung penuh dengan adanya gelaran ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ini dengan begitu kami juga berharap adanya dukungan penuh dari seluruh masyarakat Indonesia melalui voteing suara.

Dimana ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ini dilaksanakan ?

“Ya kami melakukan ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia itu di Kabupaten Pelalawan”

(Hasil wawancara Ibu Nola Fitria.S.S)

Kenapa kabupaten pelalawan bisa mengikuti dalam ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ?

“kalau membicarakan tentang anugerah pesona indonesia itu tetap tingkat nasional, awalnya kita di informasikan dan kita ikut utusan dari kabupaten di tingkat provinsi dulu, dan kita diseleksi lagi untuk masuk tingkat nasional tidak semua yang kita kirim di tingkat provinsi itu di terima, kita bersaing dulu dengan kabupaten atau kota lainnya dan dari sanalah kita dapat masuk utusan dari provinsi riau dan ternyata pada tahun 2017 kita masuk yaitu dalam kategori tempat berselancar terpopuler di tingkat nasional dan juga kabupaten Pelalawan memenangkan tempat berselancar terpopuler. Dan di tingkat nasional tidak semua provinsi yang masuk, yang dipilih Cuma 10 provinsi”

kapan dan berapa lamanya ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia ini di lakukan ?

“kurang lebih dalam jangka waktu 3 bulan”

Kepada siapa penghargaan ini di terima ?

“Penghargaan ini di terima langsung oleh bupati Pelalawan HM Harris setelah menghasilkan voteing 51,1% yang akhirnya destinasi pariwisata gelambang bono Pelalawan, Riau, meraih juara 1 dalam kategori tempat berselancar terpopuler pada ajang (API) Anugerah Pesona Indonesia tahun 2017”

C. Pembahasan Penelitian

Seperti yang ditunjukkan oleh Van Dijk (2013) (Fuchs dalam Nasrullah, 2015:11), hiburan virtual adalah panggung media yang menyoroti kehadiran

klien yang bekerja dengan aktivitas dan kolaborasi mereka. Untuk karenanya, social media bisa diliat sebagai media online (fasilitator) yang mempererat hubungan antar pengguna sekalian sebagai ikatan sosial.

Hiburan online menyambut siapa saja dengan minat apa pun untuk mengambil bagian dengan berkontribusi secara langsung, berkomentar, dan berbagi data dalam jangka waktu yang singkat dan tidak dibatasi. Sosial media memiliki karrakteristik seperti, pesan yang disampaikan tak hanya untuk satu individu sahaja tetapi dapat ke banyak individu, misalnya pesan lewat SMS atau internet, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lainnya. Dan penerima pesan menentukan waktu interaksi.

Pesatnya perkembangan media sosial saat ini karena setiap orang seolah-olah dapat mempunyai hiburan tersendiri. Apabila Anda memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran, Anda membutuhkan modal besar dan kerja keras. Jadi tidak sama dengan media, klien hiburan berbasis web dapat memanfaatkan hiburan virtual dengan organisasi web, atau media sosial lainnya bahkan yang aksesnya lambat, tanpa biaya besar, tanpa instrumen mahal dan dilakukan sendiri tanpa perwakilan. Klien hiburan virtual dapat dengan mudah mengubah, menambah, menyesuaikan baik teks, gambar, rekaman, ilustrasi, dan berbagai konten lainnya. Salah satu hiburan virtual yang paling cepat berkembang saat ini adalah Instagram. Mengingat popularitas Instagram sebagai hiburan online, banyak orang tidak tahu tentang pentingnya sebenarnya menggunakan kata itu. Terdiri dari dua kata

khusus "Insta" dan "Gram". Pentingnya kata utama diambil dari ungkapan "Moment" atau cepat/sederhana.

Semakin banyak orang yang memahami bahwa Instagram adalah perangkat khusus yang sangat kuat. Klien web akan lebih sering tertarik dengan bahasa visual. Dibandingkan dengan hiburan online lainnya, Instagram memperkuat elemen-elemennya untuk korespondensi melalui video atau foto. Ketika bahasa visual menguasai dunia web, sejak saat itu, spesialis keuangan dapat memanfaatkan pintu terbuka berharga yang terbentang di depan mata mereka salah satu dari sekian banyak organisasi yang memanfaatkan Instagram sebagai media layanannya.

1. Promosi (*promosion*)

Kegiatan pemasaran yang memberikan nilai tambah atau insentif kepada tenaga penjualan, distributor, atau konsumen yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan. (Morrison, 2012:17).

Pelaksanaan promosi event pariwisata melalui media instagram, facebook, twitter, dan sms. Mencari informasi untuk mempromosikan pariwisata yang terdapat di kabupaten pelalawan, dengan nama instagramnya (Pesona Pariwisata Pelalawan). Dan instagram Teluk Meranti kita juga punya namanya (Bono Beach Teluk Meranti), dan ada juga kerjasamanya. Bupati pun juga ikut mempromosikan wisata-wisata yang ikut dalam ajang anugerah pesona indonesia.

2. Hubungan masyarakat (*public relations*)

Menurut Franks jeksins, terdapat begitu banyak divisi humas namun ia sendiri memberikan batasan humas yaitu, “suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam ataupun keluar antara organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Morrison, 2012:34).



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

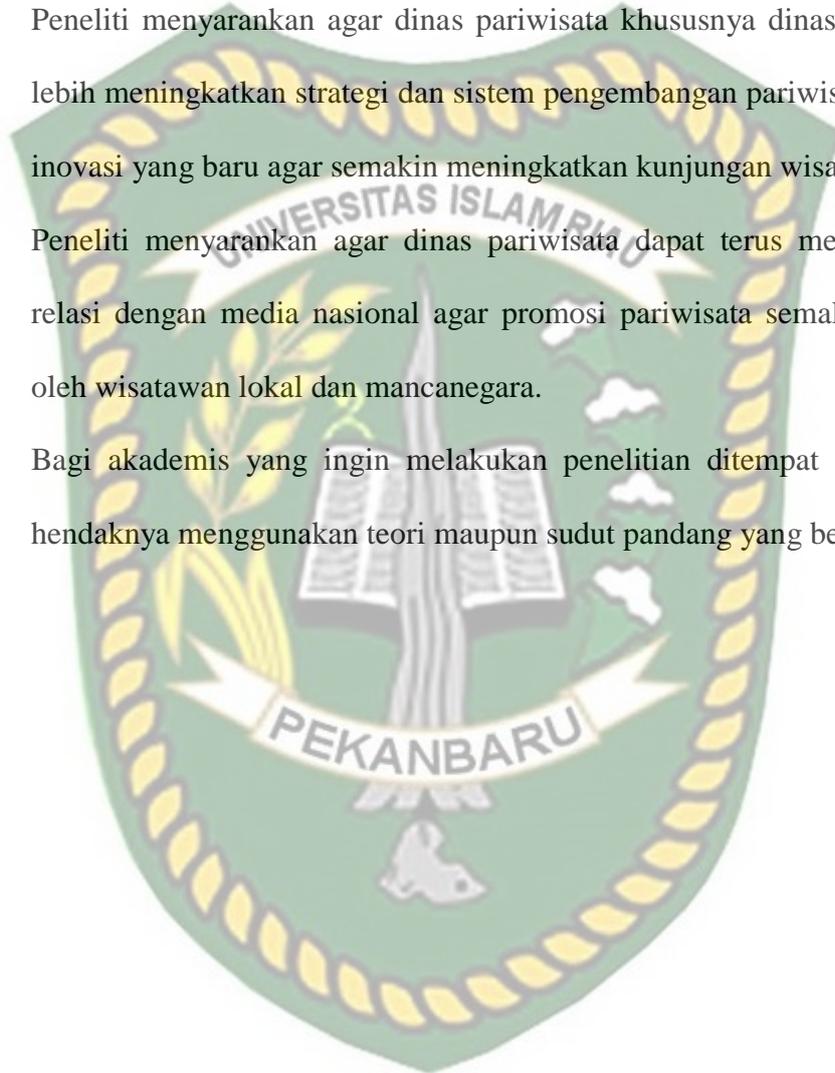
Berdasarkan hasil penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai penggunaan instagram oleh dinas pariwisata kabupaten pelalawan dalam ajang anugerah pesona indonesia objek wisata bono. Maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pengelolaan media Instagram oleh dinas pariwisata mempunyai konsep dan juga menseleksi berita masuk sebelum di upload karena di sini tetap sifatnya mengangkat pengembangan pariwisata kabupaten pelalawan.
- b. Penggunaan media yang tepat tentunya memberikan pengaruh kepada tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan. Media yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam mengembangkan brand destination ombak bono.
- c. Strategi terhadap pesan yang digunakan dengan menggunakan pesan semenarik mungkin serta menggunakan logo/gambar serta tagline. Pesannya biasanya bersifat persuasif dan informatif. Namun dikemas hasil penelitian yang telah jelaskan peneliti pada kesimpulan diatas, maka penulis memberikan dengan sangat menarik sehingga dapat membuat orang berkunjung ke Kabupaten Pelalawan.

B. Saran

Berdasarkan saran sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan agar dinas pariwisata khususnya dinas pariwisata lebih meningkatkan strategi dan sistem pengembangan pariwisata dengan inovasi yang baru agar semakin meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Peneliti menyarankan agar dinas pariwisata dapat terus meningkatkan relasi dengan media nasional agar promosi pariwisata semakin dikenal oleh wisatawan lokal dan mancanegara.
3. Bagi akademis yang ingin melakukan penelitian ditempat yang sama hendaknya menggunakan teori maupun sudut pandang yang berbeda.



Daftar Pustaka

- A, Shimp, Terence. 2003. Periklanan Promosi & Aspek Tamabahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Erlangga: Jakarta
- Moleong, Lexy J, 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Remaja Rosda Karya : Bandung
- Mulyana Deddy, 2003. Metode penelitian kualitatif:paradigm baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya. Remaja rosda karya: Bandung
- Morrison ,20112. Periklanan: komunikasi pemasaran terpadu. Kencana: Jakarta
- Oliver , Sandra , 2006. Strategi public relations. Erlangga : Jakarta
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung
- Pendit, NS. (1994) Ilmu Pariwisata. Jakarta, Pradaya Paramita
- Yoeti, Oka, A. (2008) Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta, Pradaya Pratama.
- Sugiono (2009) Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung, Alfabeta.
- Shimp, Terence. 2003. Periklanan promosi . Erlangga : Jakarta.

Jurnal/Skripsi

- Badarab, Fitriah, Dkk. 2017. *Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah*
- Mahendra, Bimo. 2017. *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram Sebuah Perspektif Komunikasi*

Trihayuningtyas, E, Dkk. 2018 *Media Sosial Sebagai Sarana Informasi dan*

Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z di kabupaten Garut

Saleh, Gunawan, Dkk 2018. *Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp*

Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together”

Wardana. 2017. *Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten*

Pesisir Barat. Universitas Lampung

Pratama, Bekti. 2019. *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Cerita Baru*

Center Dalam Pengembangan Pariwisata Sebagai Penyokong

Perekonomian Riau. Universitas islam Riau

Indri, Saputri, Melly. 2018. *Komunikasi pariwisata Lombok dalam membangun*

citra destinasi wisata halal. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Rakanda, Damas, Rambatian. 2020. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam*

Pembentukan Identitas diri Generasi Z atau Igeneration di Desa Cawas

Internet :

https://static.republika.co.id/uploads/images/inline/seven_ghost.jpg

Lambang Kabupaten – Website Resmi Pemerintah Kabupaten Pelalawan

(pelalawankab.go.id)



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau