

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

**STRATEGI CITY BRANDING OLEH PEMERINTAH KABUPATEN
SIAK DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA BUDAYA**

DI KABUPATEN SIAK

SKIRPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau*

**YUFIS ARIO YUBA
177310270**

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, kupanjatkan kepada Allah SWT Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi, atas segala rahmat dan juga atas takdirmu saya menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya.

Segala syukur saya ucapkan kepada-Mu Ya Rabb, karena telah menghadirkan orang-orang yang sangat berarti disekeliling saya, mereka yang selalu memberi semangat dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Untuk karya ini, maka saya persembahkan untuk Ayahanda saya yang tercinta **BAMBANG SUHARTONO** dan Ibunda tesayang **YUSNIDAR**. Apa yang telah saya dapatkan hari ini belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata kalian. Terimakasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk moril maupun materil. Karya skripsi ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Kelak cita-cita ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk Ayah dan Ibu dan semoga dapat membahagiakan kalian. Selanjutnya saya persembahkan untuk Kakak saya **YULYENE DEVIA YUBA** dan **LUSMEGA DHITE YUBA** yang luar biasa dalam memberikan bantuan dan semangat yang kalian berikan, walaupun di saat dekat kita bertengkar tapi saat jauh kita saling merindukan.

Kepada ibu Sylvina Rusadi., S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang baik hati dan bijaksana, terimakasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya yang dengan sabar membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini, terimakasih atas bantuan, nasehat dan ilmu yang diberikan semoga menjadi amalan dan pahala yang terus mengalir kedepannya.

Ucapan terimakasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik jurusan ilmu pemerintahan kelas IP.I , khususnya untuk Senior Rani Puji Astuti S.Ip dan teman yang selalu mengingatkan saya dan membantu saya selama berkuliah Agus Suprianto, Amir Bhakti Sutanto, Nanda Bima Prasetya, Riswanto, dan M Sofyan Terimakasih untuk memori dan kisah yang kita rajut bersama setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki dan atas solidaritasnya.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : YUFIS ARIO YUBA
NPM : 177310270
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi City Branding Pemerintahan Kabupaten
Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya
Di Kabupaten Siak.

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

Turut menyetujui

Pekanbaru, 25 Desember 2020

Program Ilmu Pemerintahan
Ketua,

Pembimbing

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

Sylvina Rusadi., S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : YUFIS ARIO YUBA
NPM : 177310270
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Strategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

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

Pekanbaru, 22 Maret 2021

Ketua

An. Tim Penguji
Sekretaris

Sylvina Rusadi, S.Sos, M.Si

Data Wardana, S.Sos, M.Si

Anggota

Rizky Setiawan, S.IP, M.Si

Mengetahui
Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : YUFIS ARIO YUBA
NPM : 177310270
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : Strategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan tim penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Pekanbaru, 22 Maret 2021

Ketua

An. Tim Penguji
Sekretaris

Sylvina Rusadi, S.Sos, M.Si

Data Wardana, S.Sos, M.Si

Turut Menyetujui

Wakil Dekan I

Ketua Program
Studi Ilmu Pemerintahan

Indra Safri, S.Sos., M.Si

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT, Atas segala rahmat dan nikmat yang diberikannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Usulan Penelitian ini yang berjudul “Stategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupeten Siak”. Sebagai salah satu syarat guna meraih gelar sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru.

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

1. Prof. Dr. H. Syfrinaldi,SH, MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau Khususnya jurusan Ilmu Pemerintahan.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latief, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, bersama dengan Wakil Dekan I.
3. Dr. Ranggi Ade Febrian., S.Ip., M.Si Sebagai ketua Program studi ilmu pemerintahan yang telah memberikan dukungan Moril kepada penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian ini.

4. Sylvina Rusadi S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing saya yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada saya sebagai penulis dalam penyusunan Penulisan Usulan Penelitian ini.
5. Kepada Bapak/Ibu segenap Dosen/Asisten Dosen yang telah banyak memberikan ilmu yang pada akhirnya dapat dipergunakan dalam penyusunan Penulisan Usulan Penelitian ini.
6. Kepada Bapak/Ibu Seegenap Dosen/Asisten Dosen yang telah banyak memberikan ilmu yang pada akhirnya dapat dipergunakan dalam Penyusunan Penulisan Usulan Peneltian ini.
7. Kepada keluarga tercinta, Ayah saya Bambang Suhartono dan juga Ibu saya yang tercinta Yusnidar dan juga kepada saudari kandung saya Yulyene Devia Yuba dan Lus Mega Dhite Yuba yang selalu senantiasa pengertian dan juga kesebarannya selalu mendoakan saya, memberikan inspirasi dan juga semangat serta bantuan untuk penyelesaian Penulisan Usulan Penelitian ini
8. Kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan saya di prodi Ilmu Pemerintahan yang juga telah banyak membantu saya untuk berkembang di dalam memahami ilmu-ilmu yang sedang dipelajari, khususnya ilmu pemerintahan.
9. Kepada Bapak Kepala Dinas Pariwisata DR. H. Fauzi Asni, M.SI, kepada Bapak Basriansyah, ST. MT dan Bapak H. Muzani, SH dan seluruh pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Siak yang telah menerima saya dengan hangat untuk melakukan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Siak.

Dalam Naskah Usulan Penelitian ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan juga kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca usulan penelitian ini untuk kesempurnaan usulan penelitian ini

serta di harapkan sebagai bahan referensi untuk pembuatan Skripsi Adik-Adik tingkat berikutnya.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 25 Desember 2020

Penulis

Yufis Ario Yuba

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	ii
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	iii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xiii
ABSTRAK	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	15
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
1. Studi Kepustakaan.....	16
2. Konsep Ilmu Pemerintahan	16
3. Konsep Pemerintahan.....	19
4. Konsep Strategi	24
5. Konsep Pariwisata.....	26
6. Konsep City Branding.....	29
A. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Kerangka Pikir	34
C. Konsep Operasional.....	35
D. Operasional Variabel	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	37
B. Lokasi Penelitian	37
C. Key Informan dan Informan	38
D. Teknik Penarikan Informan	39

E. Jenis dan Sumber Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data	41
H. Jadwal Kegiatan Penelitian.....	41
I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian.....	43
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Gambaran umum kabupaten siak	44
1. Sejarah singkat kabupaten siak.....	44
2. Visi misi kabupaten siak.....	47
3. Kondisi geografi kabupaten siak	47
4. Luas dan wilayah kabupaten siak	48
B. Gambaran Umum Dinas Pariwisata Kabupaten Siak	49
1. Sejarah singkat Dinas pariwisata kabupaten siak	49
2. Visi misi Dinas pariwisata kabupaten siak	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Informan.....	50
1. Usia informan	52
2. Jenis kelamin infroman.....	53
3. Tingkat pendidikan Informan	54
B. Strategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak	56
1. Kehadiran.....	56
2. Tempat	59
3. Potensial.....	62
4. Orang	65
5. Semangat	68
6. Prasyarat	72
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	79
DAFTAR LAMPIRAN	83



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
I.I : Daftar nama objek wisata kabupaten siak	11
I.II : Wisata budaya melayu siak.....	12
II.I : Operasional Variabel	36
III.I : Jadwal waktu dan kegiatan penelitian strategi city branding oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak.....	42
V.I : Idenditas informan penulis tentang penelitian strategi city branding oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak.....	51
V.II : Idenditas key informan dan informan tentang penelitian strategi city branding oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak.....	53
V.III : Idenditas key informan dan informan tentang penelitian strategi city branding oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak.....	54
V.IV : Idenditas key informan dan informan tentang penelitian	

strategi city branding oleh pemerintah kabupaten
siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di
kabupaten siak..... 55



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.I : Kerangka Pikir	34
------------------------------------	----



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Wawancara Penelitian.....	83
2. Dokumentasi Penelitian.....	86



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

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

NAMA : YUFIS ARIO YUBA
NPM : 177310270
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Siak.

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

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

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

Pekanbaru, 25 Desember 2020
Pelaku Pernyataan,

Yufis Ario Yuba

STRATEGI CITY BRANDING OLEH PEMERINTAHAN KABUPATEN SIAK DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA BUDAYA DI KABUPATEN SIAK

ABSTRAK

YUFIS ARIO YUBA

City Branding merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh pemerintahan untuk mempromosikan sebuah kota/daerah . City branding menjadi strategi yang di terapkan oleh banyak daerah khususnya Kabupaten Siak yang menjadi “SIAK THE TRULLY MALAY”. Tujuan dari City Branding untuk menarik para wisatawan agar berkunjung ke suatu daerah . City branding berupa tagline, logo dan slogan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sejauh mana jalannya strategi city branding serta untuk mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang terjadi dalam mempromosikan strategi city branding di Kabupaten Siak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan keadaan yang sesungguhnya atau yang sebenarnya terjadi mengenai strategi city branding di Kabupaten Siak. Teknik penarikan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball*, yang berjumlah 4 orang yang terdiri dari key informan dan informan. Penarikan informan *snowball* menetapkan beberapa orang sebagai informan dan memungkinkan untuk mengambil atau menggantinya dengan informan yang lain. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di peroleh hasil bahwa strategi city branding yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Siak berdasarkan indikator kehadiran, tempat, potensial, orang, semangat dan prasyarat menunjukkan bahwa strategi promosi yang di lakukan tidak fokus kepada kebudayaan melayu yang menjadi khas bagi Kabupaten Siak. Hambatan yang terjadi dalam promosi city branding SIAK THE TRULLY MALAY adalah belum maksimal nya promosi pariwisata budaya yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Siak dan kurangnya minat dari generasi penerus dalam mewariskan budaya melayu. Masukan dan saran dari peneliti yaitu agar lebih mengembangkan warisan budaya melayu Siak dan menjadikan Kabupaten Siak sebagai kota tempat wisata budaya melayu.

Kata Kunci : City Branding, Promosi

**STRATEGY CITY BRANDING BY THE GOVERNMENT OF SIAK
DISTRICT IN PROMOTING CULTURAL TOURISM
IN SIAK DISTRICT**

ABSTRACT

By

YUFIS ARIO YUBA

City Branding is a strategy carried out by the government to change a city or region. City branding is a strategy applied by many regions, especially Siak Regency which has become "SIAK THE TRULLY MALAY". The purpose of City Branding is to attract tourists to visit an area. City branding in the form of a tagline, logo and slogan. The purpose of this research is to describe how far the city branding strategy is running and to see what are the obstacles that occur in the city branding strategy in Siak Regency. This study uses a qualitative method to describe the actual or actual situation regarding the city strategy in Siak Regency. The information retrieval technique in this study uses the snowball technique, which means 4 people consisting of key informants and informants. Withdrawing some snowball informants as informants and it is possible to retrieve or replace them with other informants. Based on the research conducted, the results show that the city branding strategy carried out by the Siak Regency government is based on indicators that are present, place, potential, people, enthusiasm and prerequisites, indicating that the promotional strategy carried out does not focus on Malay culture which is unique to Siak Regency. The obstacles that occur in the promotion of branding in SIAK THE TRULLY MALAY, namely the lack of tourism promotion carried out by the Siak Regency government and the lack of interest from future generations in inheriting Malay culture. Inputs and suggestions from researchers are to develop the Malay cultural heritage of Siak and make Siak Regency a city for Malay cultural tourism.

Keywords: City Branding, Promotion

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-undang dasar 1945 sebagai sumber utama kehidupan konstitusional harus dapat menjadi pendorong perkembangan kehidupan konstitusional sebagai tatanan hidup yang berinternalisasi dalam setiap aspek kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara, sehingga kehidupan bermasyarakat mendapatkan jaminan berdasarkan hukum.

Keadaan dan kondisi sebagaimana yang di harapkan dan cita-citakan telah tergariskan serta di sepakati bersama oleh bangsa Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada pembentukan undang-undang dasar 1945, tepatnya pada alinea ke-4, yang berbunyi “melindung segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan social”.

Tujuan dibentuknya pemerintahan adalah untuk menjaga suatu sistem ketertiban masyarakat, sehingga terpeliharanya keamanan dan ketertiban ditengah-tengah kehidupan masyarakat secara wajar. Pada dasarnya konsep otonomisasi merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh pemerintahan dalam mengelola daerahnya.

Dalam mempermudah penyelenggaraan pemerintahan di Negara republic Indonesia, maka wilayah Negara Kesatuan Indonesia di bagi dalam daerah besar dan kecil. Sebagai mana yang terdapat dalam pasal (18) ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yaitu bentuk dan susunan pemerintahan di tetapkan dengan undang-undang dengan memandang dan mengingat dasar permusyawaratan dalam sistem pemerintahan yang bersifat istimewa.

Sebagaimana dalam pasal 18 Undang-Undang dasar 1945 amandemen ke dua dalam pasal ini menjelaskan antara lain:

1. Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas Daerah-Dasar provinsi dan Daerah provinsi ini di bagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabuapten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah, yang di atur dengan Undang-Undang.
2. Pemerintahan daerah provinsi, daerah kabupaten, dan kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas oonomi dan tugas pembantu.
3. Pemerintahan daerah provinsi, daerah kabupaten, dan kota memiliki daerah perwakilan rakyat daerah yang anggota-anggotanya di pilih melalui pemilihan umum.
4. Gubernur, bupati dan walikota masing-masing sebagai kepala pemerintahan daerah provinsi, kabupaten, dan kota di pilih secara demokratis.

5. Pemerintahan daerah menjalankan otonomi seluas-luasnya, kecuali urusan pemerintahan yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan pemerintahan pusat.
6. Pemerintahan daerah berhak menetapkan peraturan daerah dan praturan-peraturan lain untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantu.
7. Susunan dan tata cara penyelenggaraan pemerintahan daerah di atur dalam undang-undang.

Dalam menjalankan perannya, pemerintahan daerah memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus urusan rumah tangganya yang dikenal sebagai otonomi daerah, dengan tiga asas penyelenggaraan pemerintahan daerah yaitu asas Desentralisasi, Dekonsetralisasi, dan tugas pembantuan.

Undang-undang No. 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, maka dalam penyelenggaraan pemerintah daerah, memiliki wewenang untuk mengatur dan mengurus sendiri pemerintahannya menurut asas otonomi dan tugas pembantu di arahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan serta masyarakat serta peningkatan daya saing daerah dengan memperhatikan prinsip-prinsip demokrasi, pemeratan, keadilan, keistimewaan, dan kekhususan suatu dalam sistem Negara kesatuan republik Indonesia.

Prinsip otonomi daerah menggunakan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam arti daerah diberikan kewenangan mengurus dan mengatur semua urusan

pemerintahan diluar yang menjadi urusan pemerintah. Seiring dengan prinsip tersebut, penyelenggaraan otonomi daerah harus selalu berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan selalu memperhatikan kepentingan dan aspirasi yang tumbuh dengan masyarakat.

Aparatur pemerintah sebagai ujung tombak dari pelaksanaan pembangunan serta berfungsi sbagai pelayanan masyarakat di tuntutan untuk selalu pro aktif bekerja dengan semangat yang tinggi dalam menghadapi persoalan dalam masyarakat dan harus mampu mengkoordinir. Dengan adanya tuntutan tersebut maka ada terjadi juga peningkatan tugas dan tanggung jawab semua aparatur pemerintah baik ditingkat pusat dan daerah.

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi untuk maju dan berkembang di sektor pariwisata. Pariwisata memiliki peran penting dalam peningkatan dan pendapatan suatu daerah atau Negara. Selain itu, pariwisata menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan kebudayaan suatu daerah ke daerah lain. Industry pariwisata juga memberi adil pembangunan social dan ekonomi, baik itu di Negara maju maupun berkembang. Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang di lakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu yang di dukung berbagai fasilitas untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang di kunjungi, dalam jangka waktu sementara(Ismayanti,2010:3).

Pengertian pariwisata menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Bab I Pasal I butir 3 menyatakan bahwa

pariwisata adalah berbagai macam kegiatan yang di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata mencakup 3(tiga) komponen, yakni wisata, pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha lain di luar bidang tersebut namun masih terkait dengan pariwisata.

Berdasarkan pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dapat di ketahui bahwa pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaa, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, mempererat persahabatan antar bangsa.

Dalam mengembangkan suatu potensi pariwisata, setiap daerah memiliki upaya dan kebijakan yang harus dilakukan demi terwujudnya tujuan bersama khususnya di bidang pariwisata yang meliputi beberapa aspek seperti Aspek ekonomi perdagangan, Aspek kebudayaan, Aspek lingkungan hidup dan Aspek hukum.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah, setiap daerah memungkinkan untuk mengatur rumah tangga daerahnya sendiri. Dengan kata lain bahwa adanya penetapan otonomi secara utuh pada daerah kabupaten dan daerah kota. Sebagai konsukensinya, daerah otonom mempunyai kewenangan dan kekuasaan untuk membentuk dan

melaksanakan kebijakan menurut prakarsa dan aspirasi masyarakatnya serta sesuai dengan potensi yang dimiliki. Ini berarti bahwa daerah otonomi harus mampu mengatur rumah tangganya sendiri secara luas, nyata dan bertanggung jawab.

Urusan pariwisata lebih lanjut di atur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 tentang pembagian urusan pemerintah, yaitu pada pasal 11 ayat I huruf b, yang mana urusan pariwisata adalah merupakan urusan pilihan yang di serahkan kepada pemerintah provinsi dan kabupaten/kota yaitu urusan pemerintahan yang secara nyata ada dan berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan kondisi. Dan potensi unggulan daerah yang bersangkutan.

Arti penting di serahkannya urusan pariwisata kepada daerah salah satunya adalah untuk mengefektif dan mengefesiensikan pelayanan di bidang pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu pemasukan atau devisa Negara, pariwisata juga membawa nama Negara Indonesia hingga terkenal sampai di dunia. Oleh karena itu pemerintah wajib untuk memperhatikan dan menjaga kelestarian daerah wisata yang ada di Indonesia melalui instansi-instansi yang telah di bentuk oleh setiap pemerintah kabupaten yang di tugaskan untuk menangani permasalahan-permasalahan khususnya di bidang pariwisata.

Tugas Pembantu. Pengaturan mengenai pemerintahan daerah telah di atur dengan jelas dalam Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan Daerah. Undang-Undang ini di atur tentang urusan pemerintahan absolut,

konkuren dan urusan pemerintahan pilihan yang di atur dalam bagian kedua urusan pemerintahan absolut pasal 10 ayat (1) dan (2) yang berbunyi :

- (1) Urusan pemerintahan absolut sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (2) meliputi :
 - a. Politik luar negeri;
 - b. Pertanahan;
 - c. Keamanan;
 - d. Yustisi;
 - e. Moneter dan fiskal nasional; dan
 - f. Agama
- (2) Dalam menyelenggarakan urusan pemerintah absolut sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pemerintah pusat :
 - a. Melaksanakan sendiri; atau
 - b. Melimpahkan wewenang kepada instansi vertikal yang ada di daerah atau gubernur sebagai wakil pemerintahan pusat berdasarkan asas dekonsentrasi.

Urusan pemerintahan konkuren pasal 11 dan 12 yang berbunyi :

Pasal 11

- (1) Urusan pemerintahan konkuren sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (3) yang menjadi kewenangan daerah terdiri atas urusan pemerintahan wajib dan urusan pemerintahan pilihan.
- (2) Urusan pemerintahan wajib sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas urusan pemerintahan yang berkaitan dengan pelayanan dasar urusan pemerintahan yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar.
- (3) Urusan pemerintahan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah urusan pemerintahan wajib yang sebagian substansinya merupakan pelayanan dasar.

Pasal 12

(1) Urusan pemerintahan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (2) meliputi :

- a. Pendidikan;
- b. Kesehatan;
- c. Pekerjaan umum dan penataan ruang;
- d. Perumahan rakyat dan kawasan pemukiman;
- e. Ketentraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat ; dan
- f. Sosial.

(2) Urusan pemerintahan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (2) meliputi :

- a. Tenaga kerja;
- b. Pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak;
- c. Pangan;
- d. Pertanahan;
- e. Lingkungan hidup;
- f. Administrasi kependudukan dan pencatatan sipil;
- g. Pemberdayaan masyarakat dan desa;
- h. Pengendalian penduduk dan keluarga berencana;
- i. Perhubungan;
- j. Komunikasi dan informatika;
- k. Koperasi, usaha kecil, dan menengah;
- l. Penanaman modal;
- m. Kepemudaan dan olahraga;
- n. Statistik;
- o. Persandian;
- p. Kebudayaan;
- q. Perpustakaan; dan
- r. Kearsipan.

(3) Urusan pemerintahan pilihan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (1) meliputi :

- a. Kelautan dan perikanan;
- b. Pariwisata;**
- c. Pertanian;
- d. Kehutanan;

- e. Energi dan sumber data mineral;
- f. Perdagangan;
- g. Perindustrian; dan
- h. Transmigrasi

Salah satu aspek yang sangat penting dalam melaksanakan fungsi pemerintahan adalah melayani masyarakat dari berbagai aktifitasnya dan untuk itu maka pemerintahan membentuk sistem administrasi dan birokrasi dari pemerintah tingkat yang tertinggi sampai ke tingkat pemerintahan yang terendah agar dapat memberikan pelayanan yang lebih optimal bagi seluruh masyarakat dalam fungsi pelayanan masyarakat atau *public service*.

Undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang pemerintahan daerah, ini menjadi landasan hukum bagi daerah untuk menyelenggarakan urusan-urusan yang ada di daerah, banyaknya unsur-unsur tersebut merupakan peluang bagi daerah kabupaten berperan lebih banyak dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan, kemasyarakatan dengan pelimpahan wewenang kepadanya.

Pembentukan pemerintahan daerah tidak semata-mata didasarkan atas besarnya pendapatan daerah, tetapi pada dasarnya pemerintah daerah merupakan seperangkat pemerintah pusat di daerah dalam rangka melaksanakan dan mempermudah jalannya roda pemerintahan.

Untuk menanggapi Urusan pemerintahan wajib di atas pemerintah Kabupaten Siak memilih salah satu urusan yang bakal dilaksanakan yaitu kebudayaan yang merupakan urusan wajib.

Fenomena city branding saat ini tengah menjadi trend, karena setiap kota melaksanakan city branding sebagai upaya agar daerahnya menjadi kawasan

destinasi terbaik. Setiap kota mengupayakan berbagai cara untuk menunjukkan perbedaannya dengan kota-kota dari daerah lain. City branding di lihat dari sisi ilmu komunikasi berfungsi sebagai public relations. City branding di lihat dari perspektif manajemen citra suatu destinasi dapat di wujudkan dari inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, social, kultural, dan peraturan pemerintah (Anholt, 2007 : 59).

Identitas visual branding adalah berbagai elemen visual yang di gunakan oleh sebuah brand untuk membangun karakter dan identitas. Dengan membuat visualisasi branding yang bagus, dapat membantu suatu kota untuk membangun karakter yang kuat terhadap branding kotanya sendiri. Ada beberapa elemen visual yang harus ada dalam sebuah branding, yaitu : logo, tagline, typeface (Cliffon, et al, 2009 :113)

Didalam Peraturan Bupati Nomor 80 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi,, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Siak :

- a. Visi, Misi dan Program Bupati dan wakilo bupati terpilih.

Siak Sri Indrapura adalah suatu kabupaten yang berada di Provinsi Riau yang memiliki situs-situs sejarah Melayu, hal tersebut dapat di lihat dari sebuah Istana yang bernama istana Asserayah Hasyimiah atau istana matahari timur yang megah dan kokoh hingga sampai saat ini. Selain istana, kita masih menemui sebuah bangunan tempat raja-raja melakukan pertemuan dan perhelatan pada zamannya, yang dikenal dengan Balai Kerapatan Adat. Demikian juga makam

raja-raja dan permaisurinya masih terjaga dan terawat dengan baik oleh masyarakat Siak.

Istana Siak menjadi salah satu simbol kebesaran bangsa Melayu yang mencerminkan tradisi kehidupan dari masyarakat Kabupaten Siak. Oleh karena itu Kabupaten Siak yang memiliki potensi berbagai peninggalan sejarah dan budaya harus dilestarikan, dan masyarakatnya berkomitmen untuk membentuk heritage city yang berbasis wisata budaya Melayu.

Tabel I.I Daftar nama objek wisata sejarah kabupaten Siak

NO	OBJEK WISATA	ALAMAT
1.	Istana siak	Jl. Sultan Syarif Kasim
2.	Balai kerapatan tinggi	Jl. Sultan Ismail
3.	Masjid raya syahbuddin	Jl. Sultan Ismail Kota Siak Sri Indra Pura
4.	Makam sultan syarif kasim II	Jl. Sungai Siak Kampung Dalam
5.	Makam koto tinggi	Jl. Koto Tinggi
6.	Klenteng hock siu kong	Jl. Kedondong
7.	Makam tengku buang asmara	Jl. Tengku Buang Asmara
8.	Tangsi militer belanda	Jl. Benteng Hulu Mempura
9.	Rumah dan makam datuk pesisir	Jl. Datuk Kampar
10.	Makam raja kecil	Jl. Buantan Desa Langkai
11.	Kolam hijau	Jl. Buantan Desa Langkai
12.	Makam putri kaca mayang	Jl. Putri Kaca Mayang

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Siak (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat banyaknya jumlah wisata bersejarah di Kabupaten Siak yang merupakan peninggalan dari sejarah kerajaan melayu Siak yang salah satunya tempat wisata yang paling bersejarah di kabupaten siak merupakan istana dari kerajaan siak yang masih menjadi ikon dari kabupaten siak. Berikut adalah wisata-wisata budaya melayu yang ada di kabupaten siak :

Tabel I.II Wisata budaya melayu di kabupaten Siak.

NO	OBJEK WISATA BUDAYA MELAYU	JADWAL KEGIATAN
1.	Festival siak bermadah	12 Oktober 2019
2.	Pawai budaya internasional	10 Oktober 2019
3.	Festival gasing internasional	12-14 Juli 2019
4.	Ghatib beghanyut	22 Oktober 2019

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Siak (2020)

Berdasarkan dari tabel di atas dapat di lihat bahwa wisata melayu di kabupaten siak memiliki potensi menjadi daerah yang berhak mendapatkan pemberian city branding”Siak The Trully malay” atau siak adalah melayu sesungguhnya.

Dari sejarah tersebut masyarakat Siak membuat slogan Siak the Truly Malay artinya jika masyarakat luas ingin mengetahui budaya Melayu yang sebenarnya, bisa mengunjungi Kabupaten Siak. Berbagai upaya telah dilakukan masyarakat Siak untuk mewujudkan “label” tersebut, pemerintah kabupaten siak melakukan berbagai program-program dalam mempromosikan city branding baik dari penyelenggaraan event budaya, melakukan pekan safar “Tradisonal Ghatib

Beghanyut” atau ritual tolak bala, mengikuti pawai budaya internasional, mengikuti festival dan parade, penyelenggaraan event tour de siak, lomba sampan internasional, melaksanakan festival siak bermadah, festival lagu melayu, festival langgam melayu, festival kompang, pembinaan kesenian tradisional, melakukan kerajinan tradisional, kuliner, dan berbagai aktivitas masyarakat yang berbasis kearifan lokal. Berdasarkan fakta ini juga Kabupaten Siak memang memiliki potensi wisata budaya Melayu yang layak dikembangkan agar dikenal dipenjuru dunia.

Potensi wisata budaya Melayu yang dimiliki Siak Sri Indrapura inilah yang mendorong masyarakatnya untuk membangun City Branding. City branding atau yang dikenal dengan pembentukan identitas kota, merupakan salah satu upaya agar Siak dikenal baik di tingkat nasional maupun internasional, dan pada tanggal 3 April 2017 yang lalu, Kabupaten Siak berhak memegang hak cipta atas branding Siak the Truly Malay, paten atas branding tersebut sudah terdaftar sejak Kamis (27/4/2017) dengan nomor pencatatan 01906, yang berlaku selama 50 tahun sejak ciptaan tersebut pertama kali diumumkan. Penetapan branding Siak The Truly Malay, seperti yang penulis kutip pada salah satu berita online yang mengatakan bahwa “Pemerintah Kabupaten Siak, Riau, resmi menjadi pemegang hak cipta atas branding "Siak Truly Malay, dan patennya terdaftar di Direktorat Hak Cipta dan Desain Industri Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia”.

Tujuan utama dari city branding dan hasil yang diinginkan oleh pemerintah sebuah kota adalah meningkatkan arus masuk wisatawan dan investasi (Kavaratzis, 2004).

Berdasarkan pengamatan umum prasurvey peneliti, terdapat beberapa fenomena-fenomena yang terjadi dalam pelaksanaan mempromosikan city branding kabupaten siak, adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kegiatan kebudayaan melayu yang di selenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Siak, sehingga tidak sepenuhnya menggambarkan city branding Siak The Trully Malay.
2. Tidak efektifnya promosi yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam mempromosikan city branding Siak The Trully Malay

B. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah penulis kemukakan pada latar belakang diatas, kabupaten siak merupakan daerah yang memiliki banyak warisan sejarah budaya melayu yang dapat di rasakan namun warisan budaya melayu yang ada di kabupaten siak tidak mampu di optimalkan menjadi brand untuk memperkenalkan ciri khas budaya melayu oleh pemerintah serta terindikasi kurangnya sosialisasi serta gambaran pariwisata yang bernuansa melayu di kabupaten Siak. Maka dari itu penulis merumuskan yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini **“Bagaimanakah strategi city branding oleh pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya melayu di kabupaten siak? ”**

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi city branding yang di lakukan oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosikan budaya melayu di kabupaten siak.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam pelaksanaan strategi city branding oleh pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya.

D. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Secara akademis penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dan rekomendasi bagi peneliti berikutnya khususnya yang berkaitan study city branding.
2. Secara praktis adalah penelitian ini di harapkan dapat di jadikan bahan masukan bagi pemerintah kabupaten siak agar lebih mengoptimalkan dan meningkatkan jalannya city branding siak the truly malay
3. Di harapkan penelitian ini berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya terkhusus pada pengetahuan tentang city branding.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIRAN

A. Studi kepustakaan

Sebagai landasan dalam penelitian ini. Penulis akan mengemukakan beberapa teori yang penulis anggap relevan dan sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini.

1. Konsep Ilmu Pemerintahan

Secara etimologis kata pemerintahan berasal dari kata “perintah” yang berarti kata menyuruh melakukan suatu pekerjaan Pamuji (Hasan, 2005 : 1), namun tinjauan asal kata “perintah” sebenarnya berasal dari bahasa Inggris “*government*” yang di terjemahkan sebagai “pemerintahan” dalam banyak tulisan. Namun ada juga yang berpendapat bahwa *government* tidak selalu memiliki makna pemerintahan, karena Samuel Esward Finer mengartikan kata *government* sebagai *public servant* yakni “pelayanan-pelayanan”.

Sedangkan menurut Syafiie (2005 : 20) menjelaskan pemerintahan sebagai suatu ilmu dan seni. Dikatakan sebagai seni karena beberapa banyak pemimpin pemerintahan yang tanpa pendidikan pemerintahan mampu berkiat serta berkharismatik menjalankan roda pemerintahan. Sedangkan yang di katakana sebagai suatu di siplin ilmu pengetahuan, adalah karena memenuhi syarat-

syaratnya yaitu dapat dipelajari dan ajarkan, memiliki objek material maupun formal, universal, sifatnya, sistematis serta spesifik (khas).

Kemudian Sedarmayanti (2004:9) menjelaskan pemerintahan yang baik adalah pemerintah yang dapat menghormati kedaulatan rakyat, yang memiliki tugas pokok yang mencakup :

- a. Melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.
- b. Memajukan kesejahteraan umum
- c. Mencerdaskan kehidupan bangsa
- d. Melaksanakan ketertiban umum, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Menurut CF. Strong (Dalam Hasan, 2005 : 2), pemerintah adalah organisasi yang memiliki hak untuk melaksanakan kewenangan berdaulat atau tertinggi. Pemerintah dalam arti luas merupakan sesuatu yang lebih besar dari pada suatu kementerian yang di beri tanggung jawab memelihara perdamaian dan keamanan Negara

Menurut (Musnef,1922 :15), pemerintah adalah segala daya upaya suatu Negara atau wilayah untuk mencapai tujuannya. Di antaranya adalah pelaksanaan tugas pembangunan dan pemerintah umum. Konsep pemerintah lain di kemukakan Budiardjo (2003 : 21) pemerintah adalah segala kegiatan yang terorganisir yang bersumber kepada kedaulatan Negara dan kemerdekaan serta berlandaskan kepada dasar Negara.

Menurut Rasyid (1997:13), pemerintahan mempunyai tugas-tugas pokok, antara lain :

1. Menjamin keamanan Negara dari segala kemungkinan serangan dari luar dan menjaga agar tidak terjadi pemberontakan di dalam

yang dapat menggulingkan pemerintah yang sah melalui cara-cara kekerasan.

2. Memelihara ketertiban dengan mencegah terjadinya keributan di antara warga masyarakat, menjamin agar perubahan aparatur yang terjadi di dalam masyarakat dapat berlangsung secara damai.
3. Peraturan yang adil kepada setiap warga masyarakat tanpa membedakan status apapun yang melatarbelakangi keadaan mereka.
4. Melakukan pelayanan umum dengan memberikan pelayanan dalam bidang-bidang yang tidak mungkin di kerjakan oleh lembaga non pemerintah, atau akan lebih baik jika dikerjakan pemerintah.
5. Melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesejahteraan sosial.
6. Menerapkan kebijakan ekonomi yang menguntungkan masyarakat luas.
7. Menerapkan kebijaksanaan untuk pemeliharaan sumber daya alam lingkungan hidup.

Rasyid mengemukakan fungsi-fungsi pemerintahan dapat dibagi dalam empat bagian yaitu, pelayanan (public service), pembangunan (development), pemberdayaan (empowering), dan pengaturan (regulation).

Menurut pengertian dari Ndraha (2003;5) mengatakan bahwa pemerintahan adalah suatu sistem multi proses yang bertujuan memenuhi dan melindungi kebutuhan tertentu yang diperintah atas jasa publik dan pelayanan sipil, sedangkan pemerintah adalah organ yang berwenang memproses pelayanan publik dan kewajiban memproses pelayanan sipil bagi setiap anggota melalui hubungan pemerintah.

Tokoh lain Van poeje (dalam syafiie 2005 : 21), mengemukakan ilmu pemerintahan adalah ilmu yang mengajarkan bagaimana dinas umum di susun dan di pimpin dengan sebaik-baiknya, kemudian menurut Ndaraha (2003 : 7) ilmu pemerintahan adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memenuhi dan

melindungi kebutuhan dan tuntutan yang diperintahkan akan jasa public dan layanan sipil, dalam hubungan pemerintah, (sehingga dapat di terima) pada saat di butuhkan oleh yang bersangkutan.

2. Konsep pemerintahan

Secara etimologi kata pemerintahan berasal dari kata “perintah” yang kemudian mendapat imbuhan sebagai berikut :

1. Mendapat awalan “pe” menjadi kata “ pemerintah” berarti badan atau organ elit yang melakukan pekerjaan mengurus suatu negara.
2. Mendapat akhiran “an” menjadi kata “pemerintahan” berarti perihal ,cara, perbuatan atau urusan dari badan yang berkuasa dan memiliki legitimasi. Syafi’I (2001;43).

Menurut Ndraha (1997;6) mengatakan pemerintah adalah gejala sosial, artinya terjadi dalam hubungan antara anggota masyarakat, baik, individu, kelompok dengan kelompok, mau pun antara anggota masyarakat, baik individu, kelompok dengan kelompok, mau pun antara individu dengan kelompok.

Menurut Ndraha (2003;7) ilmu pemerintahan dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana memenuhi dan melindungi kebutuhan dan tuntutan tiap orang akan jasa publik dan layanan _civil, dalam hubungan pemerintah, (sehingga dapat diterima) pada saat dibutuhkan oleh orang yang bersangkutan.

Menurut Nurcolis, (2005;112) pemerintah adalah sekelompok orang yang diberikan kekuasaan legal oleh masyarakat setempat untuk melaksanakan peraturan atas interaksi yang terjadi dalam pergaulanmasyarakat (baik antar

individu dengan individu, individu dengan lembaga pemerintah, lembaga pemerintah dengan pihak swasta, maupun pihak swasta dengan individu) untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan hidup sehari-hari, sehingga interaksi tersebut dapat berjalan secara harmonis.

Di dalam kata dasar “perintah” paling sedikit ada empat unsur penting yang terkandung di dalamnya sebagai berikut :

- a. Ada dua pihak yang memerintah disebut pemerintah dan pihak yang diperintah disebut rakyat.
- b. Pihak yang memerintah memiliki kewenangan dan pihak legitimasi untuk mengatur dan mengurus masyarakat.
- c. Hal yang diperintah mempunyai keharusan untuk taat kepada pemerintah yang sah.
- d. Antara pihak yang memerintah dengan pihak yang diperintah terdapat hubungan timbal balik secara vertikal mampu secara horizontal. Syafie (2001;43-44).

Istilah pemerintah setidaknya menunjukkan pada empat pengertian pokok yaitu :

- a. Pemerintah menunjukkan pada suatu pemerintahan, dimana kekuasaan dioperasionalkan oleh mereka yang memegang kekuasaan secara sah.
- b. Pemerintah menunjukkan pada keberadaan dimana proses pemerintah tersebut berlangsung , seringkali penamaan suatu entitas pemerintah menunjukkan secara langsung dimana pemerintahan tersebut berada.
- c. Pemerintah menunjukkan secara langsung person (orang) yang menduduki jabatan pemerintah sebagai pelaksana kekuasaan.
- d. Pemerintah juga dapat mengacu pada aspek bentuk, metode atau sistem pemerintahan dalam suatu masyarakat, yakni struktur dan pengelolaan badan pemerintah serta hubungan antara yang memerintah dan yang diperintah , filer dan Labolo (2010;6).

Pemerintah adalah organ yang berwenang yang memproses pelayanan publik dan berkewajiban memproses pelayanan sipil bagi setiap orang yang melakukan hubungan pemerintahan, setiap anggota masyarakat yang bersangkutan menerimanya pada saat diperlukan, sesuai dengan tuntutan dan harapan yang diperintah. Awang dan Wijaya (2012:6)

Dalam berbagai pustaka tentang ilmu pemerintahan telah di catat beberapa definisi ilmu pemerintahan, beberapa definisi itu bertolak dari anggapan dasar bahwa ilmu pemerintahan itu bagian integral dari ilmu politik, namun beberapa definisi lainnya bersifat normatif dari beberapa anggota untuk sementara ilmu pemerintahan dapat di definisikan ilmu yang mempelajari proses pemenuhan kebutuhan unsur dan produk pemerintahan akan pelayanan publik dan pelayanan sipil dalam hubungan pemerintahan intinya pelayanan publik, pelayanan sipil, hubungan pemerintahan, pemenuhan kebutuhan. Ndraha (2003:7).

Menurut Iver syafii, (2011:14) pemerintahan adalah suatu organisasi dari orang-orang yang mempunyai kekuasaan serta sebagaimana manusia itu bisa di perintah, sedangkan pemerintah adalah kelompok individu yang mempunyai wewenang tertentu untuk melaksanakan kekuasaan.

Dari ketentuan UUD 1945 di dalam buku Lukman Hakim (2011 : 72), pendapat para ahli mengenai konsep pemerintah dan perintah serta ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dapat di definsikan beberapa pengertian berikut :

- a. Pemerintahan dalam arti luas adalah kegiatan negara dalam menjalankan kekuasaan mencakup tiga badan yaitu Legislatif, Eksekutif, dan Yudisial. Menurut UUD 1945 mencakup lembaga Negara MPR, DPR DPD, BPK, MA, MK, dan KY, lembaga pemerintah Independen.
- b. Pemerintah dalam arti sempit hanya fungsi pemerintah saja, tidak termasuk badan yang menjalankan fungsi perundang-undangan dan fungsi peradilan, menurut UUD 1945 adalah presiden di bantu menteri negara, lembaga non departemen, lembaga setingkat menteri
- c. Pemerintahan daerah adalah terdiri dari kepala daerah (Gubernur, Bupati, Walikota dan DPRD provinsi serta DPRD Kabupaten/Kota). Sedangkan pemerintah adalah kepala daerah dan perangkat daerah (Gubernur, Dinas Daerah dan Kepala kantor, UPT provinsi, Bupati/Walikota beserta Dinas UPT, Lembaga dan kantor camat dan Lurah.

Pengertian lain dari pemerintahan adalah sebagai suatu organisasi dari orang-orang yang mempunyai kekuasaan, bagaimana manusia tu bisa di perintah. R.Mac Iver dalam Syafi'I (2009 : 22).

Selanjutnya maksud pemerintahan adalah sebuah badan yang menetapkan dan melaksanakan kebijakan publik, gerakan kekuasaan eksekutif, politik dan berdaulat melalui adat istiadat, institusi, dan hukum dalam sebuah Negara. Azam Awang, Mendra Wijaya (2012 : 6).

Kemudian dalam bidang ilmiah dibedakan antara pengertian pemerintah sebagai organ (alat) Negara yang menjalankan tugas (fungsi) dan pengertian pemerintah sebagai fungsi dari pada pemerintah. Kansil (2008 : 32).

Dalam definisi lain ilmu pemerintah diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari bagaimana melaksanakan koordinasi dan kemampuan memimpin bidang Legislatif, Eksekutif, dan Yudikatif dalam hubungan pusat dan daerah antara lembaga serta antara yang memerintah dengan yang diperintah. Intnya : melaksanakan koordinasi, kepemimpinan, legislatif, eksekutif, yudikatif hubungan pusat yang diperintah. Syafei (2009 : 23).

Selanjutnya terdapat beberapa fungsi pemerintahan yaitu fungsi pengaturan, pelayanan, pemberdayaan, dan pembangunan.

1. Fungsi pengaturan yang lazimnya dikenal sebagai regulasi dengan segala bentuknya, di maksudkan sebagai usaha untuk menciptakan kondisi yang tetap sehingga menjadi kondusif bagi berlangsungnya berbagai aktivitas, selain terciptanya tatanan sosial yang baik diberbagai kehidupan masyarakat.
2. Fungsi pelayanan akan membuahkan keadilan dalam masyarakat.
3. Fungsi pemberdayaan akan mendorong kemandirian masyarakat
4. Fungsi pembangunan akan menciptakan kemakmuran dalam masyarakat. Rasyid dalam Muhadam Labolo (2006 : 26).

Menurut Ndaraha (2005 : 36) pemerintahan adalah proses pemenuhan dan perlindungan kebutuhan dan kepentingan manusia dan masyarakat. Semua badan

atau organisasi yang berfungsi memenuhi dan melindungi kebutuhan dan kepentingan manusia dan masyarakat.

3. Konsep strategi

Menurut Rangkuti (2009 : 3) strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Menurut Rangkuti, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Tujuan utamanya adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan.

Menurut Marrus (2002 : 31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai.

Menurut David (2011 : 18-19) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak di capai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau join venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan.

Sondang (2012 : 7) menyatakan bahwa strategi mengacu pada formulasi, misi, tujuan dan objektif dasar organisasi, strategi-strategi program dan kebijakan untuk mencapainya dan metode yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Menurut Chander dalam Nilasari (2014 : 3) strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang suatu perusahaan atau organisasi dan alikasi sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut.

Salusu (2004:85) menyatakan istilah startegi berasal dari bahasa Yunani strategos atau strategis dalam kata jamak strategi. Strategi berarti jendral akan tetapi dalam bahasa yunani kuno sering berarti perwira Negara dengan fungsi yang luas. Strategi ialah suatu seni semua sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Sedangkan menurut Ohmae dalam Nilasari (2004:3) strategi adalah keunggulan pesaing guna mengubah kekuatan perusahaan atau organisasi sehingga menjadi sebanding atau melebihi kekuatan pesaing dengan cara yang efesien.

Strategi menurut Hamel dan pralahad dalam Septiadi (2009:29) strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa mengikuti) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di butuhkan oleh pelanggan dimasa depan. Dengan demikian perancangan strategis hamper selalu dimulai dari apa yang terjadi, bukan di mulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.

d. Konsep pariwisata

Menurut suwanto (2004 : 5) pada hakikatnya pariwisata adalah proses kepergian semestara seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lainnya seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Wardiyanto (2011 : 46) pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas yang dilaksanakan untuk sementara waktu dalam rangka menambah wawasan bidang sosial kemasyarakatan, sistem perilaku dari manusia itu sendiri dengan berbagai dorongan kepentingan sesuai dengan budaya yang berbeda-beda yang berhubungan dengan upaya kesenangan, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha lain yang terkait bidang tersebut.

Menurut Yoeti(2013 : 13) pariwisata adalah suatu usaha rangkaian yang dilakukan oleh pemerintah, swasta dan masyarakat untuk meningkatkan, memelihara atau membangun, baik secara kuantitatif maupun kualitatif terhadap ciptaan Tuhan, Manusia, Tata hidup, seni budaya dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk di kunjungi atau dinikmati oleh wisatawan.

Beberapa komponen produk pariwisata, diantaranya :

- a. Aktrasi tujuan wisata
- b. Fasilitas yang tersedia
- c. Aksebilitas ke tujuan wisata

Bagyono (2005 : 20) Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

Menurut Sunaryono (2013 : 2) di dalam Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang di sediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintahan daerah.

Pariwisata merupakan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan (Ismayanti 2011:3). Selain itu, menurut WTO atau World Tourism Organization dalam Muljadi (2010 : 8) pariwisata adalah aktivitas yang di lakukan orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk tinggal di luar kebiasaan lingkungannya dan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk kesenangan, bisnis dan keperluan lain.

Dalam Undang-undang dasar Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan di jelaskan bahwa :

1. 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 dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
2. Wisata adalah orang yang melakukan wisatawan

3. Wisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
4. Kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisplin yang muncul sebagai kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
5. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
6. Pengusaha pariwisata adalah pengusaha orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
7. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan atau perjalanan yang di lakukan seseorang atau lebih ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya yang dimaksud untuk kesenangan, menenangkan diri, kepentingan bisnis atau kepentingan-kepentingan lainnya.

Tujuan penyelenggaraannya kepariwisataan menurut pasal 4 Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 dalam Muljadi (2010 : 33), tujuan dari penyelenggara kepariwisataan di Indonesia adalah :

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa

e. Konsep City Branding

Yananda dan Salamah (2014) mendefinisikan city branding bukan hanya sekedar menentukan slogan atau logo, namun harus lebih kompleks dari hal itu.

City branding adalah sebuah bentuk upaya untuk membentuk citra dan makna dalam sebuah target pasar mengenai sebuah kota. Melalui citra yang ingin di bentuk tersebut, sebuah kota dapat menarik calon investor dan wisatawan untuk datang berkunjung. Branding yang tengah di bentuk untuk memanfaatkan media promosi seperti membuat sebuah slogan, atau ikon yang mewakili dan menggambarkan brand kota sehingga upaya strategi branding tersebut dapat membuat suatu kota mampu berbicara dengan stakeholder (Larasati, 2016).

City branding memiliki proses yang berkelanjutan dan melibatkan aspek sosial, non sosial, ekonomi, politik dan budaya dengan outcome adalah terbangunnya citra positif tentang tempat sehingga perencanaan dan pengelolaan kota menjadi lebih fokus dan terintegrasi pada produksi dan penyampaian pesan yang tepat kepada pemangku dan kepentingan internal dan eksternal.

Anholt dalam Moilanen & Rainisto (2009 : 7) mendefinisikan city branding sebagai manajemen citra suatu destinasi melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi , komersial, sosial, kultural, dan peraturan pemerintah. City branding berkembang menjadi berbagai pendekatan. Terdapat beberapa pembahasan mengenai city branding dari berbagai bidang keilmuan. Rainisto (2003 : 25) memaparkan kerangka teori place branding yang terfokus pada upaya memasarkan kota. Kavaratzis (2004 : 66-69) melihat city branding dalam konteks komunikasi dari citra suatu kota melalui tiga tahapan komunikasi yaitu primer, skunder, dan tersier. Dari berbagai sudut pandang mengenai city branding, city branding hexagon paling sesuai untuk di jadikan acuan dalam evaluasi city branding di bandingkan konsep lainnya yang menitikberatkan pada upaya pelaksanaan city branding.

City branding hexagon di ciptakan oleh Simon anholt untuk mengukur efektivitas city branding. Menurut Anholt terdapat enam aspek dalam pengukuran efektivitas city branding yang terdiri atas presence, potential, place, pulse, people, dan prerequisite. Strategi city branding menurut Andrea Insch, yakni :

1. Identity, yakni proses mengidentifikasi identitas suatu daerah (kota, kabupaten, wilayah)
2. Objective, yakni menentukan tujuan utama penentuan merk kota
3. Communication, yakni bentuk komunikasi yang dilakukan untuk mempromosikan city branding

4. Coherence, merupakan keselarasan komunikasi yang dilakukan oleh semua pihak yang terkait dalam mempromosikan city branding yang telah dibangun

Menurut Dinnie(2011:3) city branding merupakan penggunaan kota untuk mendefinisikan diri mereka dan menarik perhatian positif yang sangat kompetitif di dalam lingkungan nasional serta lingkungan internasional. Dengan merk yang kuat, dapat membawa banyak lebih orang dan banyak perusahaan ke kota guna memperoleh dan meningkatkan yang diperoleh dari merk tersebut.

Terdapat empat strategi umum dalam memasarkan atau mendorong agar suatu kota dapat menjadi lebih menarik bagi wisatawan, pengusaha maupun investor ke kota atau wilayah tertentu (kotler, 2002 : 245) yaitu dengan :

- a. Pemasaran citra (image marketing), keunikan dan kebaikan citra seringkali di dukung dengan slogan.
- b. Pemasaran atraksi/daya tarik (attraction marketing), atraksi atau keindahan alam, bangunan dan tempat bersejarah, taman dan landscape, pusat konvensi dan pameran, serta mall dan supermarket.
- c. Pemasaran prasana (infrastructure marketing), prasarana sebagai pendukung daya tarik lingkungan kehidupan dan lingkungan bisnis, antara lain meliputi jalan raya, kereta api, bandara, serta jaringan komunikasi dan teknologi informasi.

- d. Pemasaran peaduduk (people marketing), antara lain mencakup keramahan, pahlawan atau orang terkenal setempat, tenaga kompeten, kemampuan berwirausaha dan komentar .

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya penelitian mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinilitas dari peneltian .

Penelitian ini dilakukan oleh Sylvina Rusadi dan Made Devi Wedayanti tahun 2019 strategi city branding oleh pemerintah daerah kabupaten siak dalam peningkatan daya tarik pariwisata. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dan pada penelitiannya membahas bagai mana strategi city branding oleh pemerintah daerah kabupaten siak dalam peningkatkan daya tarik pariwisata, sedangkan penelitian saya strategi city branding mempromosikan pariwisata budaya melayu di kabupaten siak.

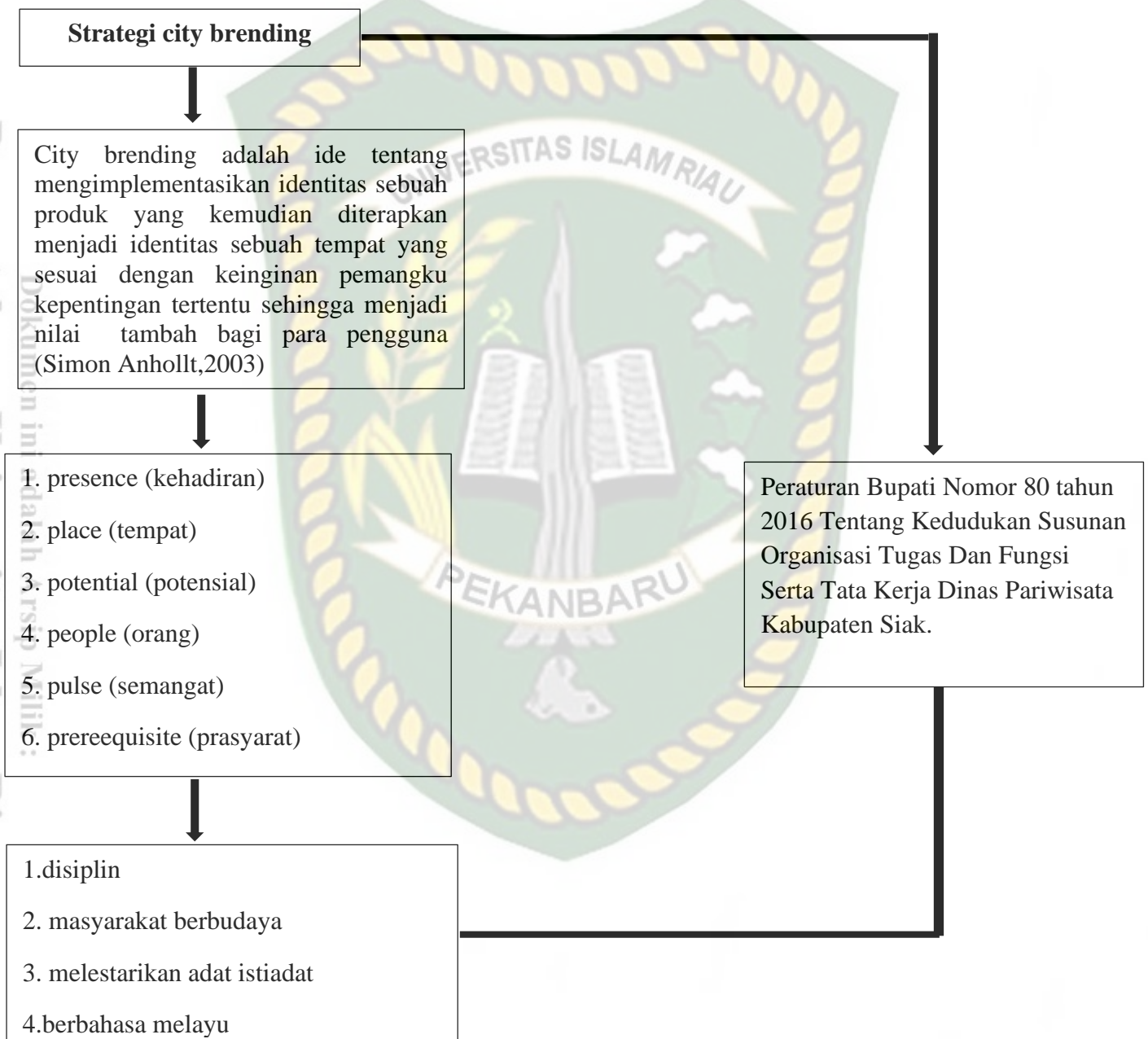
Penelitian yang dilakukan oleh Iranda Firiansyah Tahun 2020 tentang efektivitas city branding “Pekanbaru Smart City Madani” Dalam menciptakan Idenditas kota Pekanbaru. Pada penelitiannya peneliti ini menggunakan metode campuran dengan bentuk sekuensial eksplanatori. Berdasarkan hasil penelitian efektivitas city branding “pekanbaru smart city madani” dalam menciptakan idenditas kota pekanbaru Tahun 2020, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah penelitian ini melibatkan dua fase pendekatan dimana

peneliti mengumpulkan data kuantitatif pada fase pertama dan kualitatif untuk fase kedua. Penelitian yang dilakukan peneliti ini mengukur tentang efektivitas city branding di pekanbaru, sedangkan penelitian yang saya lakukan melihat cara yang dilakukan pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan city branding pariwisata budaya.

Penelitian Noor efni salam dan Nurjanah Tahun 2019 tentang komunikasi pariwisata budaya dalam mempromosikan city branding “Siak The Trully Malay” pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif. Pada penelitian ini peneliti membahas komunikasi dalam mempromosikan pariwisata budaya sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada startegi city branding dalam mempromosikan pariwisata budaya melayu. Persamaan dalam penelitian ini lokasi yang penelitian di daerah siak, dan mengangkat penelitian tentang pariwisataa budaya.

B. Kerangka Pikir

Gambar II.I : kerangka pikir Strategi City Branding Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan pariwisata Budaya di Kabupten Siak.



Sumber: olahan penelitian 2020

C. Konsep Operasional

Guna menghindari dari kekeliruan dalam penggunaan istilah di dalam penulisan ini, maka berikut ini penulis akan menuangkan konsep-konsep yang telah dipaparkan sebelumnya dalam bentuk nyata secara operasional tentang hasil kajian sebagai berikut :

1. City branding merupakan upaya dari strategi suatu untuk membentuk suatu brand kota tersebut guna mempromosikan atau menarik wisatawan agar berkunjung ke daerahnya.
2. Pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan individu atau sekelompok orang guna melakukan perjalanan atau hanya berkunjung ke suatu tempat atau daerah tertentu
3. Promosi merupakan suatu usaha upaya untuk menawarkan barang atau jasa kepada pembeli atau konsumen yang membutuhkan.
4. Budaya merupakan suatu cara hidup yang berkembang yang di miliki sekelompok masyarakat dan di wariskan turun temurun ke setiap generasi.

D. Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan batasan penelitian yang telah ditentukan dalam penelitian ini yang mana didapatkan berdasarkan teori yang terdapat pada studi kepustakaan, dalam penelitian ini operasional variabel disajikan dalam bentuk tabel. Yang lebih memudahkan dalam penyusunan uraian variabel, yang terdiri dari indikator, ukuran dan skala dirancang untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan akurat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel II.I Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indkator
City branding adalah ide tentang mengimplementasikan idenditas sebuah produk yang kemudian diterapkan menjadi idenditas sebuah tempat yang sesuai dengan keinginan pemangku kepentingan tertentu sehingga menjadi nilai tambah bagi para pengguna (Simon Anholt, 2003).	Strategi city branding oleh pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya dikabupaten siak	1. presence (Kehadiran)	1. Adanya kehadiran jumlah pengunjung
		2. place (tempat)	1. Adanya tempat objek wisata 2. Adanya tempat wisata utama yang bernuasnsa melayu
		3. potential (potensi)	1. Adanya kemampuan dari dinas pariwisata dalam mempromosikan city brandiing
		4. people (orang)	1. Adanya dorongan dari masyarakat 2. Adanya gagasan atau ide yang di berikan
		5. pulse (semangat)	1. Adanya motivasi 2. Adanya hambatan
		6. prereqiusite (persyaratan)	1. Memenuhi kebutuhan infrastruktur

Sumber : olahan peneltian 2020

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan yang sebagaimana adanya dilapangan sehingga bersifat sekedar untuk mengungkapkan fakta dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti sehingga memperoleh hasil terhadap masalah(Sugiyono, 2012 : 80).

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu menjelaskan hasil penelitian dengan kata-kata berdasarkan hasil yang diperoleh dilapangan. Dengan metode ini di harapkan penulis memperoleh hasil penelitian yang objektif. Penelitian kualitatif menekankan pada suatu hal penting seperti kejadian, fenomena, maupun gejala sosial (Ghony, 2016 : 25).

B. Lokasi Penelitian

Berdasarkan dengan judul peneliti, maka penelitian ini akan dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kabupaten Siak. Alasan dari penulis memilih Dinas tersebut karena berdasarkan pengamatan penulis, penulis megungkapkan fakta bahwa kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas

Pariwisata dalam mempromosikan Budaya Melayu yang ada di Kabupaten Siak.

C. Key Informan dan Informan

1. Key Informan

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi informasi kunci yaitu :

- a. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Siak

2. Informan

Informan adalah orang yang berada dalam ruang lingkup penelitian dan mengetahui mengenai latar penelitian yang penulis lakukan. Penulis memilih beberapa informan yang dianggap cukup relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian. Dalam penelitian ini informan yang di tetapkan tidak terbatas dengan jumlah informan yang telah ditentukan sebelumnya. Informan dalam penelitian ini akan terus bertambah jika penulis merasa belum sepenuhnya mendapatkan jawaban yang tepat sesuai dengan penelitian ini.

Berikut ini adalah informasi yang peneliti tetapkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan Strategi city branding oleh pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupten siak.

Berikut ini adalah informan yang peneliti tetapkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan Strategi city branding oleh

pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak, yaitu :

1. Kepala Bidang Pemasaran dan Promosi dinas pariwisata kabupaten siak.
2. Kepala bidang pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif.
3. Masyarakat/atau pelaku wisata.

D. Teknik Penarikan Informan

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data dan informan, peneliti menggunakan teknik penarikan informan yaitu teknik penarikan *snow ball*. Teknik penarikan ini yaitu penetapan beberapa orang sebagai informan dan memungkinkan untuk megambil atau menggantinya dengan informan lain apabila informan yang telah di tetapkan sebelumnya tidak memenuhi kebutuhan atau jawaban yang diberikannya masih simpang siur, maka informan ini akan bertambah data yang di butuhkan oleh peneliti telah sesuai dengan yang di harapkan.

E. Jenis Dan Sumber Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang menguntungkan karena tujuan satu penelitian adalah untuk mengumpulkan data berdasarkan metode penelitian yang telah penulis sebutkan di atas, maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder (Sugiyono,2016).

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang berasal dari objek penelitiannya langsung atau yang di sebut dengan responden. Responden yaitu orang diteliti untuk dimintai keterangan atau informasinya melalui observasi.

b. Data Skunder

Data skunder adalah data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan oleh peneliti untuk menjelaskan permasalahan yang diteliti. Adapun data skunder berupa undang-undang, buku-buku jurnal dan laporan penelitian yang telah ada, serta sumber-sumber lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian

F. Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data-data dan informasi yang lengkap dan di butuhkan penulis sebagai ajukan dalam penelitianini, maka digunakan teknik pengumpulan data yang meliputi keterkaitan data yang baik secara langsung terhadap fokus penelitian yaitu :

- a. Observasi, menurut Usman (2009;52) Teknik observasi adalah pengamatan dan catatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Teknik ini dilakukan dengan cara dating, pendekatan dan pengamatan langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data-data awal dan data skunder.
- b. Wawancara, menurut Ridwan (2009;9) wawancara yaitu suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses Tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah.

- c. Dokumentasi, Menurut Ridwan dokumentasi adalah di tujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumentar dan data yang relevan dengan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan dan bahan-bahan lainnya secara sistematis sehingga di pahami dan di informasikan kepada orang lain.

Menurut Gunawan (2013;209) analisis data adalah kegiatan mengelompokkan, mengatur, mengkategorikan, mengurutkan, dan memberikan tanda atau kode untuk memperoleh suatu temuan terhadap masalah yang ingin dijawab. Dengan aktivitas tersebut data yang semulanya masih tidak beraturan dapat disederhanakan dan kemudian mudah untuk dipahami. Analisis data kualitatif sejatinya sudah dapat dilakukan secara bersamaan ketika proses pengumpulan data berlangsung. Artinya kegiatan tersebut dilakukan sebelum dan sudah pengumpulan data.

H. Jadwal Kegiatan Penelitian

Jadwal dan kegiatan dalam usulan penelitian yang penulis lakukan tentang stratefi city branding pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak, mulai dari penyusunan rencana, menetapkan judul, proses pelaksanaan, hingga menjadi sebuah usulan penelitian semestinya. Adapun rencana kegiatan penelitian strategi city

branding pemerintahan Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak, adalah sebagai berikut:

Tabel III.I : Jadwal dan Waktu dan Kegiatan Penelitian Strategi City Branding Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu ke																											
		Agst				Sept				Okto				Nove				Desem				Januari				Febr			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan UP	■	■	■	■																								
2	Seminar UP								■																				
3	Revisi UP												■																
4	Revisi Wawancara												■																
5	Analisis Data																■												
6	Bimbingan Skripsi																				■								
7	Revisi Skripsi																								■				
8	Acc Skripsi																												■
9	Ujian Skripsi																												■

Sistematika penulisan dalam bab ini dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN

Bab ini memuat tentang penelitian relevan, teori-teori yang digunakan, kerangka pikir, konsep operasional dan operasional variabel.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tipe penelitian, lokasi penelitian, informan dan key informan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan jadwal waktu kegiatan penelitian.

BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran tempat penelitian,

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi data penelitian serta pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran-saran sebagai bahan masukan hasil penelitian

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Siak

1. Sejarah Singkat Kabupaten Siak

Sebelumnya kabupaten Siak merupakan sebuah Kerajaan siak sri indrapura yang berdiri pada tahun 1723 M oleh seorang raja kecil yang bergelar sultan abdul jalil rahmat syah putra dari sultan mahmud syah (sultan kerajaan johor) dengan istrinya yang bernama encik pong, dan letak pusat kerajaan berada di buantan. asal mula nama siak konon berasal dari sejenis nama tumbuhan yaitu siak-siak yang terdapat di sekitar daerah buantan. Sebelum berdirinya kerajaan siak, daerah siak berada dibawah kekuasaan kerajaan johor di bawah pemerintahan dan pengawasan dari kesultanan johor. Namun setelah hampir 100 tahun daerah ini tidak ada yang memerintah, kemudian di tunjuk syahbandar untuk mengawasi dan memungut cukai dari hasil hutan dan hasil laut.

Pada awal tahun 1699 Sultan kerajaan johor yang bergelar Sultan Mahmud Syah II dibunuh oleh magat Sri Rama, sedangkan istrinya encik pong sedang hamil dan dilarikan ke singapura kemudian ke Jambi. Di dalam perjalanan encik pong melahirkan raja kecil dan dibesarkan di sebuah kerajaan pagaruyung, minangkabau. Sementara itu pucuk pimpinan kerajaan johor diduduki oleh datuk bendahara tun habib yang bergelar sultan abdul jalil riayat syah.

Setelah raja kecil dewasa dan pada tahun 1717 raja kecil berhasil merebut tahta kesultanan johor. Namun pada tahun 1722 kerajaan johor berhasil direbut kembali oleh tengku sulaiman ipar dari raja kecil yaitu putera dari sultan abdul

jalil riayat syah. Dalam merebut kerajaan johor ini tengku sulaiman dibantu oleh dengan beberapa bangsawan bugis dan terjadilah perang saudara yang mengakibatkan kerugian cukup besar bagi kedua belah pihak, maka dari masing-masing pihak mengundurkan diri. Pihak johor mengundurkan diri ke pahang dan raja kecil mengundurkan diri ke buantan dan kemudian mendirikan daerah baru di pinggiran sungai buantan (anak sungai siak). Demikianlah awal dari berdirinya kerajaan siak di buantan. Namun, pusat kerajaan siak tidak menetap di buantan.

Pusat kerajaan kemudian berpindah-pindah dari buantan ke mempura, kemudian pindah ke senapelan pekanbaru dan kembali lagi ke mempura. Semasa pemerintahan sultan ismail dengan sultan assyaidis syarif ismail jalil jalaluddin (1827-1864) pusat kerajaan siak di pindahkan ke kota siak sri idnrapura dan akhir masa pemerintahan sultan siak berakhir.

Pada masa pemerintahan ke 11 yaitu sultan assayaidis syarif hasyim abdul jalil syaifuddin yang memerintah pada tahun 1889-1908. Dan pada tahun 1889 dibangunlah sebuah istana yang megah terletak di kota siak sri indrapura, istana ini bernama istana asseraiyah al hasyimiah. Pada masa pemerintahan sultan syarif hasyim, siak mengalami kemajuan yang begitu pesat terutama dibidang ekonomi. Dan pada masa itu pual beliau berkesempatan mengunjungi eropa yaitu ke negara jerman dan belanda.

Setelah sultan syarif hasyim wafat, beliau digantikan oleh putranya yang masih bersekolah di batavia yang bernama tengku sulung syarif kasim pada tahun 1915 dan barulah beliau dinobatkan sebagai sultan siak ke-12 dengan gelar

assayaidis syarif kasim abdul jalil syaifuddin atau yang dikenal dengan nama sultan syarif kasim (sultan syarif kasim II). Bersamaan dengan diproklamirkannya kemerdekaan indonesia pada tanggal 17 agustus 1945, beliau pun mengibarkan bendera merah putih di istana siak dan tak lama emudian beliau berangkat ke jawa untuk menemui bung karno dan menyatakan bergabung dengan republik indonesia. Lalu beliau menyerahkan mahkota kerajaan dan sejumlah uang sebesar sepuluh ribu gulden. Dan setelah itu beliau meninggalkan siak dan tinggal di jakarta. Kemudian pada tahun 1960 kembali lagi ke siak dan meninggal di rumbai pada tahun 1968. Sultan syarif kasim tidak meninggalkan keturunan baik dari permaisuri pertama yaitu tengku agung maupun dari permaisuri kedua tengku maharatu. Pada tahun 1997 sultan syarif kasim II mendapatkan kehormatan kepahlawanan sebagai seorang pahlawan nasional republik indonesia. Makam sultan syarif kasim ii trletak di tengah kota siak sri indrapura tepatnya di samping masjid sultan syahabudin.

Pada awal pemerintahan republik indonesia, kabupaten siak adalah wilayah kewedanan kabupaten bengkalis dan kemudian berubah menjadi kecamatan siak. Pada tahun 1999 berubah menjadi kabupaten siak dengan ibukotannya siak sri indrapura berdasarkan undang-undang no. 53 tahun 1999.

2. Visi Misi Kabupaten Siak

a. Visi Kabupaten Siak

Terwujudnya kabupaten siak yang maju dan sejahtera dalam lingkungan masyarakat yang agamis dan berbudaya melayu serta menjadikan kabupaten siak sebagai tujuan pariwisata di sumatera.

b. Misi Kabupaten Siak

1. Mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang cerdas, sehat, berakhlak, beriman dan bertakwa.
2. Mewujudkan pembangunan infrastruktur daerah yang merata, terutama kampung-kampung serta penerapan pembangunan yang berwawasa lingkungan.
3. Mewujudkan perekonomian daerah yang mandiri dan berdaya saing melalui pembangunan dan pengembangan sektor pertanian, perkebunan, perikanan, dan ppeternakan serta sektor-sektor produktif lainnya.
4. Mewujudkan destinasi wisata yang berdaya saing.
5. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta pelayanan publik yang prima.

3. Kondisi Geografis Kabupaten Siak

Secara geografis kabupaten siak terletak pada koordinat 10 16'30" LU - 020'49" LS dan 100 54'21"BT-102 14'59"BT. Dan secara fisik geografis kabupaten siak memiliki kawasann pesisir pantai yang berbatasan dengan sejumlah negara tetangga sehingga masuk ke dalam daerah segitiga pertumbuhan

(growth triangle) indonesia-malaysia-singapura. Bentang alam kabupaten siak sebagian besar terdiri dari dataran rendah yang berada dibagian timur dan dataran tinggi yang berada dibagian barat.

Pada umumnya struktur tanah yang ada di kabupaten siak umumnya berstruktur tanah podsolik merah kuning dan batuan dan alluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah. Lahan seperti ini subur untuk pengembangan pertanian, perkebunan dan perikanan. Daerah ini beriklim tropis dengan suhu udara antara 25-32 celcius, dengan kelembapan dan curah hujan cukup tinggi.

Selain dikenal dengan sungai siak yang membelah wilayah kabupaten siak, daerah ini juga terdapat banyakk tasik atau danau yang tersebar di beberapa wilayah kecamatan yang ada di kabupaten siak. Sungai siak sendiri merupakan sungai terdalamdi indonesia dengan kedalaman mencapai 30 m, sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi terutama sebagai sarana transportasi perdagangan dan perhubungan. Sedangkan danau-danau yang tersebar di kabupa/ten siak antara lain danau air hitam, danau besi, danau ketialau, danau tembatu sonsang, danau pulau besar, dana zamrud, danau pulau bawah, danau pulau atas, danau tasik rawa dan danau naga sakti.

4. Luas dan Batas Wilayah Kabupaten Siak

Kabupaten siak secara geografis memiliki luas 8.556,09 km atau 9,74% dari total luas wilayah provinsi riau, yang merupakan kabupaten/kota terluas ke-6 di provinsi riau dengan pusat administrasi di kota siak sri indrapura. Wilayah kabupaten siak sampai tahun 2020 terdiri dari 14 kecamatan yang terdiri dari 9

kelurahan, 114 kampung dan 8 kampung adat.

Secara administratif batas wilayah kabupaten siak adalah sebagai berikut:

- a. sebelah utara, berbatasan dengan kabupaten bengkalis dan kabupaten kepulauan meranti.
- b. sebelah selatan, berbatasan dengan kabupaten kampar, kabupaten pelalawan, dan kota pekanbaru.
- c. sebelah timur, berbatasan dengan kabupaten bengkalis, kabupaten pelalawan dan kabupaten kepulauan meranti.
- d. sebelah barat, berbatasan dengan kabupaten bengkalis, kabupaten rokan hulu, kabupaten kampar dan kota pekanbaru.

B. Gambaran umum Dinas Pariwisata Kabupaten Siak

1. Sejarah singkat Dinas Pariwisata Kabupaten siak.

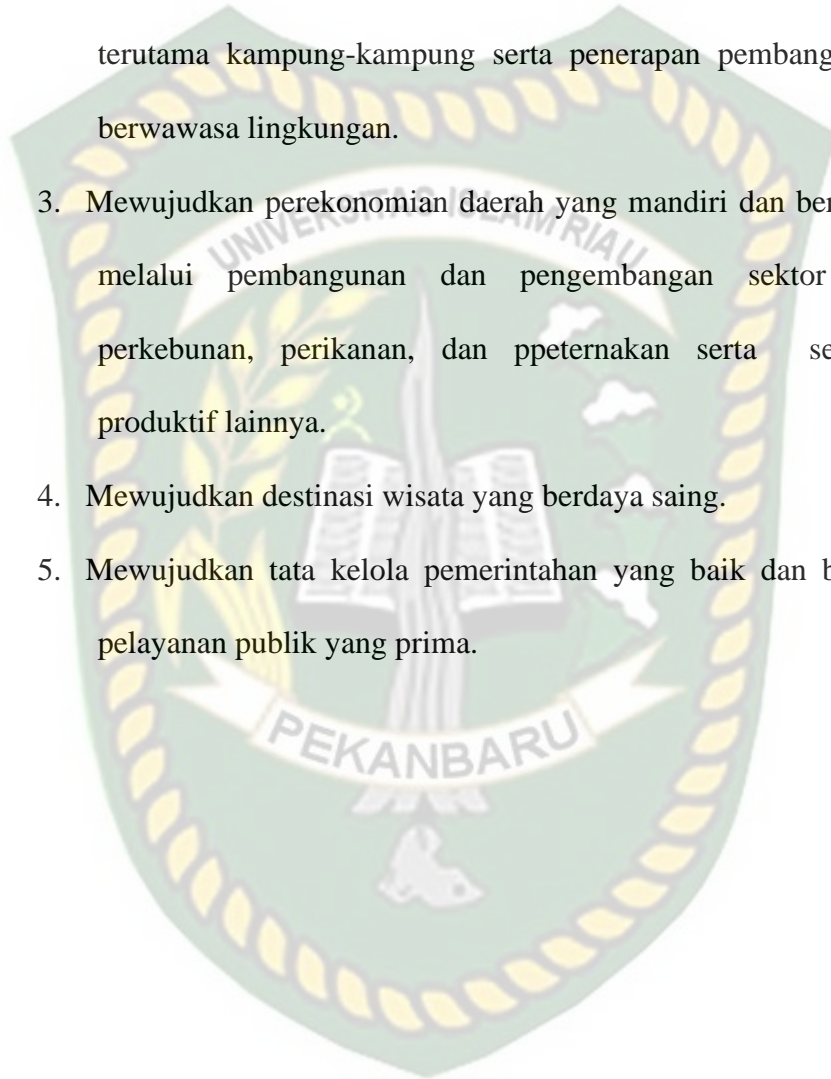
Dinas pariwisata Kabupaten siak merupakan organisasi perangkat daerah (OPD) yang bergerak di bidang pariwisata dan memiliki tugas untuk membantu pemerintahan kabupaten siak dalam melaksanakan tugas di bidang pariwisata yang ada di kabupaten siak. Dinas pariwisata kabupaten siak terletak di Kecamatan Mempura, yang beralamat di jalan Sri Kembayat.

2. VISI DAN MISI DINAS PARIWISATA KABUPATEN SIAK

Dinas pariwisata kabupaten siak dalam menjalankan tugasnya mempunyai visi : **“Terwujudnya Kabupaten Siak Yang Maju Dan Sejahtera Dalam Lingkungan Masyarakat Yang Agamis Dan Berbudaya Melayu Serta Menjadikan Kabupaten Siak Sebagai Tujuan Pariwisata Di Sumatera”.**

Sedangkan misi dalam menjalankan tugas dinas pariwisata sebagai berikut :

1. Mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang cerdas, sehat, berakhlak, beriman dan bertakwa.
2. Mewujudkan pembangunan infrastruktur daerah yang merata, terutama kampung-kampung serta penerapan pembangunan yang berwawasa lingkungan.
3. Mewujudkan perekonomian daerah yang mandiri dan berdaya saing melalui pembangunan dan pengembangan sektor pertanian, perkebunan, perikanan, dan ppeternakan serta sektor-sektor produktif lainnya.
4. Mewujudkan destinasi wisata yang berdaya saing.
5. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan bersih serta pelayanan publik yang prima.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Informan

Dalam suatu penelitian sering muncul pertanyaan dari pembacanya, yaitu pertanyaan mengenai identitas dari informan penelitian sangatlah wajar. Maka pada dasarnya dalam sebuah penelitian sangat penting dijelaskan identitas informan, informan dalam penelitian yaitu pemberian informan yang diharapkan dapat menjawab semua pertanyaan dengan jelas dan lengkap. Informan tersebut terdiri dari kepala Dinas pariwisata Kabupaten Siak, kepala bidang pemasaran dan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak, Kepala bidang pengembangan pariwisata dan sumber daya ekonomi kreatif dan pelaku wisata/masyarakat.

Dalam penelitian tentang strategy city branding oleh pemerintahan Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak ini penulis ingin menjelaskan mengetahui identitas informan yang diteliti. Hal ini juga yang akan dijelaskan pada pembahasan ini adalah tentang jenis kelamin informan, usia informan , dan pendidikan informan.

Untuk mengetahui identitas dari key informan dan informan dapat dilihat pada tabel keterangan di bawah ini yaitu :

Tabel V.I : Idenditas Informan penulis tentang strategy city branding oleh pemerintahan Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak.

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1.	DR. H. Fauzi Asni, M.SI	Kepala Dinas Pariwisata kabupaten siak	Key Informan
2.	Basriansyah, ST. MT	Kepala Bidang pemasaran dan promosi dinas pariwisata kabupaten siak	Informan
3.	H. Said Muzani, SH	Kepala bidang pengembangan dan sumber daya ekonomi kreatif dinas pariwisata kabupaten siak	Informan
4.	Mufti Saily, ST	Pelaku wisata	Informan

Sumber : Data Olahan Penelitian Tahun 2020

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa informan yang penulis gunakan dalam penelitian ini berjumlah empat orang yang terdiri dari satu key informan yaitu kepala Dinas Pariwisata kabupaten Siak, kepala bidang promosi dan pemasaran Kabupaten Siak dan kepala bidang pengembangan dan sumber daya ekonomi kreatif kabupaten siak serta masyarakat atau pelaku wisata yang ada di Kabupaten Siak.

1. Usia Informan

Usia merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan mengenai kejelasan terhadap pengumpulan informasi yang sesuai dengan penelitian. Usia informan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian akan mempermudah tingkat dari analisis dan pemahaman informan terhadap pertanyaan wawancara yang akan diajukan guna memperoleh data yang sesuai dengan yang peneliti butuhkan.

Kematangan seseorang dalam mengambil keputusan apa yang tidak ada harus dilakukan, maka usia menjadi hal yang berpengaruh dalam tingkatan ini, sehubungan dengan terkaitan antar umur dan kedewasaan seseorang dalam menghadapi suatu permasalahan maka tabel di bawah ini akan digambarkan kriteria umur informan, yaitu sebagai berikut :

Tabel V.II : Identitas Key informan dan informan dalam penelitian Stareggi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

No	Tingkat Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	25-35	1	25%
2.	35-45	-	-
3.	45-55	3	75%
Jumlah			100%

Sumber: Data Olahan Peneliti 2020

Berdasarkan dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa key informan dan informan yang terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Siak, Kepala Bidang Promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata di Kabupaten Siak, kepala Bidang Pengembangan dan Sumber Daya Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dan Masyarakat sebagai pelaku wisata di Kabupaten Siak. terdiri dari 1 orang dengan kriteria umur 25-35 tahun dengan persentase 25% dan 3 orang dengan kriteria 45-55 tahun dengan persentase 75%.

2. Jenis Kelamin

Dalam sebuah penelitian, jenis kelamin informan tidak dapat mempengaruhi kepada hasil penelitian yang dilakukan selama informan tersebut bersedia untuk memberikan informasi atau jawaban yang benar adanya. Jenis kelamin informan juga tidak berpengaruh terhadap hasil penelitian di karenakan jenis kelamin tidak bisa dijadikan patokan atau pedoman untuk menentukan sebuah pemahaman maupun pola pikir terhadap suatu masalah dari penelitian. Untuk lebih jelasnya dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.III : Identitas key informan dan informan dalam penelitian Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten.

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	4	100%
2.	Wanita	-	0%
Jumlah		4	100%

Sumber: Data Olahan Penelitian 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui key informan dan informan yang terdiri dari dinas Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Siak, Kepala Bidang Promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata di Kabupaten Siak, kepala Bidang Pengembangan dan Sumber Daya Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dan Masyarakat sebagai pelaku wisata di Kabupaten Siak. Berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 4 orang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 100% dan 0 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 0%.

3. Tingkat Pendidikan

Dalam suatu penelitian jawaban yang diberikan oleh informasi dari hasil menjawab pertanyaan yang diajukan merupakan data yang harus dianalisis. Hal ini dikarenakan jawaban dari setiap informan tentunya tidak akan sama persis antara informan satu dengan yang lainnya perbedaan jawaban tersebut selain dipengaruhi oleh tingkat pemahaman informan terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian, pemahaman informan juga tidak akan pernah terlepas dari tingkat pendidikan yang pernah ia lalui .

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di Dinas Pariwisata di Kabupaten Siak. Dilihat dari tingkat pendidikan informan dalam penelitian tentang Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak. Yaitu sebagai berikut :

Tabel V.IV : Identitas key informan dan informan dalam penelitian Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	Sekolah Dasar (SD)	-	-
2.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	-	-
3.	Sekolah Menengah Atas (SMA)	-	-
4.	Diploma III (D3)	-	-
5.	Strata 1 (S1)	2	50%
6.	Magister (S2)	1	25%
7.	Doktor (S3)	1	25%
	Jumlah	4	100%

Sumber: Data olahan peneliti 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa key informan dan informan yang terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Siak, Kepala Bidang Promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata di Kabupaten Siak, kepala Bidang Pengembangan dan Sumber Daya Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dan Masyarakat sebagai pelaku wisata di Kabupaten Siak. Berdasarkan jenjang pendidikan yaitu sebanyak 2 orang berpendidikan strata 1 (S1) dengan persentase 50% , Magister(S2) sebanyak 1 orang dengan persentase 25% dan 1 orang berpendidikan doktor (S3) dengan persentase 25%.

B. Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak.

City Branding merupakan upaya pembentukan suatu Identitas kota atau daerah agar lebih mudah untuk di kenal. Dengan melakukan berbagai cara seperti membuat tagline, logo, dan typeface.

Sesuai dengan strategi city branding yang di lakukan oleh pemerintahan kabupaten siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak, maka penulis akan menyajikan hasil penelitian dengan metode wawancara sebagai mana pembahasan dibawah ini :

1. Presence (kehadiran)

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kehadiran merupakan adanya seorang atau sekumpulan orang yang datang pada suatu tempat.

Kehadiran sebagai salah satu keberhasilan dari strategi yang dilakukan pemerintahan dalam mempromosikan pariwisata yang menjadi tujuan dan sasaran dalam strategi city branding.

Untuk Melihat Strategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak di lihat dari indicator *presence* (kehadiran) dapat di lihat hasil wawancaranya sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari senin tanggal 9 November 2020 pukul 9.30 WIB

beliau selaku kepala dinas pariwisata di Kabupaten Siak tentang kehadiran jumlah pengunjung wisatawan asing yang mempengaruhi terhadap promosi pariwisata, yang hasil wawacara nya sebagai berikut :

“Dalam promosi wisata yang telah dilakukan saat ini di perkirakan sudah menjangkau hingga keluar negeri, wisatawan asing yang datang tertarik pada wisata-wisata budaya melayu dan program-program yang dilakukan oleh pemerintahan kabupaten siak. Kunjungan wisatawan asing Dari tahun-ketahunnya menunjukkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan dari berbagai Negara, namun setelah di umumkan adanya kasus covid-19 atau corona di Indonesia membuat jumlah pengunjung wisatawan asing berkurang bahkan tidak ada sama sekali selama di adakan PSBB di Kabupaten Siak,”

Selanjutnya terkait kehadiran jumlah pengunjung wisatawan asing yang mempengaruhi terhadap promosi pariwisata, Bapak Basriansyah, ST. MT yang menjabat sebagai Kepala Bidang pemasaran dan promosi dinas pariwisata kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pukul 10.20 WIB, hasil dari wawancaranya sebagai berikut :

“City branding siak the truly malay adalah bentuk promosi yang kami lakukan guna menarik atau mengajak wisatawan asing maupun lokal untuk datang atau sekedar berkunjung ke negri istana atau ke kabupaten siak, dengan adanya wisatawan asing yang datang ke kabupaten siak ini sangat mempengaruhi promosi yang kami lakukan terutama pada bidang seni

budaya melayu yang menggambarkan bahwa kabupaten siak merupakan melayu yang sebenarnya. Ada banyak wisatawan asing yang datang dari Negara eropa, Negara-negara Asia terutama Negara yang juga memiliki ras melayunya”.

Kemudian penulis juga mewawancarai dengan Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB tentang kehadiran jumlah wisata yang datang di Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“Alhamdulillah, setiap tahunnya wisatawan yang datang ke kabupaten siak bertambah banyak, tapi semenjak adanya virus covid19 sangat berkurang drastis”.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Siak pada Hari Senin, 9 November 2020, peneliti menyimpulkan dari indikator terhadap strategi city branding oleh pemerintah Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak, sejauh ini Kabupaten Siak menjadi tempat yang sering di kunjungi oleh wisatawan lokal maupun asing, Kabupaten Siak memiliki Nilai sejarah, Nilai budaya dari kerajaan Melayu terbesar yang ada di Riau. Hal ini menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk menikmati dan mempelajari budaya melayu sesungguhnya. hambatan dalam kegiatan promosi lebih ke pada penerus-penerus kebudayaan melayu saat ini karna sebagian kegiatan tidak bernuansa melayu dan apa bila ada kegiatan-kegiatan lebih ke arah bagian olahraga.

Berdasarkan hasil Observasi yang peneliti lakukan, Pemerintahan Kabupaten Siak sudah berupaya dalam mempromosikan pariwisata budaya untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan agar mau berkunjung ke Kabupaten Siak dan menjadikan Kabupaten Siak sebagai daerah ojek wisata yang menampilkan khas dari budaya melayu.

2. Place (Tempat)

Melihat bagaimana pandangan masyarakat terhadap fisik atau bentuk dari sebuah kota, dilihat dari kenyamanan, keindahan, dan cuaca dari kota tersebut.

Menurut kasmir (2009:129) tempat adalah lokasi dalam melayani konsumen, atau dapat pula di artikan sebagai tempat untuk mempromosikan suatu daerah.

Tempat merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh kepada keputusan. Dalam konsep pengembangan terdapat istilah yang di kenal dengan kata promosi atau tempat lokasi dari pariwisata.

Untuk mengetahui hasil wawancara termpat dalam strategi city branding oleh pemerintah kabupaten siak dalam mempromosika pariwisata budaya di kabupaten siak, dapat di lihat dari hasil wawancara berikut ini :

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari Senin 9 November 2020 pukul 9.30 WIB beliau selaku kepala dinas pariwisata kabupaten siak, mengenai tempat-tempat wisata yang ada di kabupaten siak, yang hasil wawancara sebagai berikut :

“seperti yang saya lihat saat ini untuk kondisi di kabupaten siak saat ini telah berangsur-angsur mengarah dan baru sebagian saja dari tempat-

tempat wisata yang ada di kabupaten siak menggunakan konsep bernuansa melayu”.

Selanjutnya penulis mewawancarai mengenai tempat wisata apakah yang sering di kunjungi oleh para wisatawan lokal maupun asing, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“terkait tempat wisata yang sering wisatawan kunjungi, wisatawan yang datang lebih tertarik terhadap tempat-tempat yang memiliki sejarah dari kerajaan siak sri indrapura. Salah satu tempat wisata yang ramai di kunjungi adalah Istana asserayah hassyimiyah atau yang dikenal dengan istana siak”.

Selanjutnya hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada bapak Basriansyah, ST. MT selaku kepala bidang pemasaran dan promosi dinas kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pada pukul 10.20 WIB mengenai tempat pariwisata yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“mengenai tempat-tempat wisata yang ada di siak hampir sebagian tempat wisata yang ada sudah bernuansa melayu dan sebagian tempat lainnya masih dalam pengembangan. Kebanyakan yang bernuansa melayu saat ini merupakan tempat wisata peninggalan kerajaan budaya melayu”.

Kemudian peneliti mewawancarai mengenai tempat-tempat wisata yang sering di kunjungi oleh para wisatawan lokal maupun asing, hasil wawancaranya sebagai berikut :

“wisatawan yang sering datang ke kabupaten siak lebih banyak mengunjungi tempat-tempat wisata yang muda di askes dan dekat dengan kota”.

Selanjutnya saya mewawancarai dengan Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB tentang tempat-tempat wisata yang ada saat ini di Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“Alhamdulillah ya, untuk jumlah tempat wisata yang ada di Kabupaten Siak sangat banyak, baik dari wisata budaya yang memiliki banyak sejarah maupun tempat wisata modern”

Kemudian saya mewawancarai tentang pengelolaan tempat wisata yang ada di kabupaten siak :

“seperti yang bisa kita lihat ya, kabupaten siak masih banyak PR yang harus di kerjakan untuk pengelolaan tempat wisatanya, terutama tempat-tempat wisata sepeninggalan kerajaan melayu, jika tidak di kelola dengan baik dan benar bisa saja rusak bahkan hancur”.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Siak pada Hari Senin 9 November 2020, peneliti menyimpulkan dari indikator terhadap strategi city branding oleh pemerintah Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak, dapat di simpulkan bahwa tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Siak tidak sepenuhnya bernuansa melayu, hanya saja tempat-tempat sepeninggalan dan sejarah dari kerajaan yang memiliki nilai budaya melayu seperti Istana Siak, selain itu penulis juga melihat para wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Siak hanya memilih tempat-tempat yang mudah di akses dan dekat dengan kota, di karenakan minim nya akses dan rusaknya jalan menuju ke tempat wisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga harus

dapat mengelola dengan baik tempat-tempat wisata yang ada, terutama tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah tinggi. Maka dari itu, pengelolaan yang baik tempat wisata menjadi hal yang sangat penting, pemerintah harus memiliki memperbaiki dan memiliki inovasi-inovasi baru untuk memperindah dan menarik para wisatawan agar mau berkunjung ke Kabupaten Siak.

Berdasarkan hasil observasi langsung yang peneliti lakukan di Kabupaten Siak, bahwa kurangnya tempat wisata-wisata yang menunjukkan khas dari budaya melayu. Hanya tempat-tempat sepeninggalan sejarah saja yang menunjukkan ikon dari budaya melayu, mulai dari segi bangunannya dan sejarahnya saja. Selain itu, peneliti menemukan kurangnya pengelolaan tempat wisata yang baik dari Pemerintahan Kabupaten Siak sehingga menjadi tidak tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

3. Potential(*potensial*)

Potensi adalah sesuatu yang dapat di kembangkan menjadi daya tarik sebuah objek wisata. Kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh alam apabila yang di kembangkan dengan memperhatikan keadaan lingkungan sekitarnya akan menarik wisatawan yang berkunjung ke objek tersebut. Potensi budaya adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah, nenek moyang berupa bangunan dan monument. Manusia juga memiliki potensi yang dapat digunakan sebagai daya tarik wisata, lewat pementasan tari atau pertunjukan dan pementasan seni budaya suatu daerah.

Menurut Mariotti dalam yoeti (1983:160-162) adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari Senin 9 November 2020 pukul 9.30 WIB beliau selaku kepala dinas pariwisata kabupaten siak, mengenai potensi wisata budaya yang ada di kabupaten siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“potensi wisata budaya yang di miliki oleh kabupaten siak sangatlah banyak sekali dan perlu untuk di tingkat dan kembangkan kepermukaan sesuai dengan tagline yang telah di pegang oleh kabupaten siak saat ini yaitu : SIAK THE TRULLY MALAY”.

Sedangkan mengenai potensi yang dimiliki kabupaten siak dalam mewujudkan program dari city branding, dan hasil wawancaranya sebagai berikut :

“dengan banyaknya potensi wisata budaya yang dimiliki oleh kabupaten siak pada saat ini, semoga kedepannya kabupaten siak berangsur-ansur untuk dapat mewujudkan tentang program city branding SIAK THE TRULLY MALAY yang telah di tetapkan dan di sepakati bersama”.

Selanjutnya penulis mewawancarai kepada bapak Basriansyah, ST. MT selaku kepala bidang pemasaran dan promosi dinas kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pada pukul 10.20 WIB tentang potensi wisata budaya yang ada di kabupaten siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“seperti yang dapat saya lihat saya dengar dan saya rasakan, kabupaten siak memiliki potensi hebat untuk dapat berkembang di bidang pariwisata. Karena kabupaten siak memiliki wisata-wisata sejarah dari kerajaan melayu terbesar di Riau, potensi ini menjadi hal besar apabila dapat dikembangkan dengan baik”.

Sedangkan mengenai potensi yang dimiliki kabupaten siak dalam mewujudkan program dari city branding, dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“nah, dengan potensi yang sudah saya jelaskan tadi saya yakin bahwa kabupaten siak mampu mewujudkan program-program city branding yang telah kami buat guna mewujudkan visi dan misi kabupaten siak”.

Selanjutnya penulis mewawancarai Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB tentang kemampuan dinas pariwisata Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“menurut pendapat saya pribadi, sudah sangat baik dan perlu untuk ditingkatkan lagi kedepannya”.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada hari Senin, tanggal 09 september 2020 dapat disimpulkan bahwa potensi yang di peroleh oleh dinas pariwisata kabupaten siak yang merupakan peninggalan sejarah kabuapten siak yang dulu merupakan peninggalan sejarah pada masa dahulu. Yang kental dengan kebudayaan melayu hingga saat ini. Hambatan dalam potensi saat ini kurangnya minat generasi muda dalam melestarikan budaya melayu dan kurangnya respon

dari pemerintah terhadap bangunan sejarah atau pelestarian budaya melayu saat ini.

Berdasarkan hasil Observasi yang peneliti lakukan di Kabuten Siak, peneliti melihat bahwa Kabupaten Siak merupakan sebuah Daerah yang memiliki sangat potensi untuk mewujudkan program dari SIAK THE TRULLY MALAY, di mana budaya melayu yang ada di Kabupaten Siak sudah turun menurun dan mendarah daging bagi masyarakat. Kabupaten Siak sendiri memiliki banyak potensi yang masih terpendam dan belum terjamah oleh pemerintah. Karena kurangnya perhatian dari pemerintah Kabupaten Siak untuk menggali potensi yang ada. Ini seharusnya menjadi kritikan bagi pemerintah agar lebih memperhatikan dan geli dalam melihat suatu potensi yang ada disetiap daerah-daerahnya.

4. People(orang)

Orang juga dapat di artikan berbeda-beda baik dari sudut pandang biologis rohani dan istilah kebudayaan atau campuran. Manusia merupakan makhluk sosial artinya manusia hanya akan menjadi apa dan siapa bergantung ia berkomunikasi dengan siapa. Manusia tidak bisa hidup sendirian, sebab jika ia hanya sendirian ia tidak menjadi manusia

Manusia adalah makhluk terbuka, bebas memilih makna dalam situasi, mengemban tanggung jawab atas keputusan makhluk hidup secara kontinu serta turut menyusun pola berhubungan dan unggul multi dimensi dengan berbagai kemungkinan (Puala J.C & Janet w.k).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 9.30 WIB beliau selaku kepala dinas pariwisata kabupaten siak, mengenai dorongan atau dukungan yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“masyarakat kabupaten siak sangat mendukung dalam hal ini dan terbukti dengan kegiatan atau even-even wisata yang di selenggarakan rutin pada setiap tahunnya oleh dinas pariwisata kabupaten siak, terutama event-event wisata yang bernuansa budaya melayu sangat gemar di ikuti dengan antusiasnya dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung dan tim/peserta event yang datang baik dari luar provinsi maupun dari luar negri”.

Sedangkan mengenai apa yang harus dilakukan oleh masyarakat dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Siak. Yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“ Nah dalam hal ini yang harus dilakukan oleh masyarakat dalam membantu mempromosikan pariwisata kabupaten siak seperti, mempromosikan melalui media-media online dari Facebook,instagram terus dengan membentuk sebuah organisasi kemasyarakat seperti explore siak, tanjak siak dan masyarakat juga memberikan kenyamanan serta rasa aman yang terbaik dan pelayanan yang memuaskan kepada seluruh pengunjung yang datang ke Kabupaten Siak”.

Selanjutnya penulis mewawancarai kepada bapak Basriansyah, ST. MT selaku kepala bidang pemasaran dan promosi dinas kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pada pukul 10.20 WIB tentang dorongan atau dukungan yang dilakukan oleh masyarakat Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“untuk hal ini masyarakat siak sangat memberikan apresiasinya, masyarakat siak memberikan respon positive terhadap program-program yang telah pemerintahan kabupaten siak lakukan”.

Sedangkan mengenai apa yang harus dilakukan oleh masyarakat dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Siak. Yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“masyarakat siak juga harus turut membantu program-program yang telah di lakukan oleh pemerintah kabupaten siak yaitu dengan turut memposting wisata-wisata kabupaten siak di media sosialnya sehingga wistawan itu melihat dan tertarik bisa juga dengan para pelaku usaha ekonomi kreatif (Ekraf) dengan mengembangkan dan menjajakan barang-barang usaha ekonomi kreatifnya yang terbaru kepada para pengunjung wisatawan yang berkunjung di kabupaten siak”.

Kemudian peneliti mewawancarai dengan Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB mengenai kinerja dari dinas pariwisata dalam mempromosikan pariwisata budaya di kabupaten siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“untuk kinerja masih kurang ya, karena tidak fokus kepada city branding dan budaya melayunya”.

Dari wawancara yang peneliti pada hari Senin, tanggal 09 November 2020 di Dinas pariwisata kabupaten siak peneliti menyimpulkan berdasarkan indikator orang (people) masyarakat kabupaten siak sangat termotivasi terhadap program city branding yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten siak. dan mereka berpartisipasi mensukseskan program city branding dengan mengikuti ieven-iven dan kegiatan bak itu berupa kegiatan tahunan atau pun ieven yang dia adakan dadakan masyarakat sangat berantusias. Hambatan nya kurangnya terstruktur kegiatan-kegiatan yang di adakan Dinas Pariwisata Kabupayen Siak dan kurangnya komunikasi antara pemerintah dengan koordinator wisata.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan di Kabupaten Siak, peneliti melihat bahwa sebagian dari masyarakat Kabupaten Siak kurang memahami dari program city branding yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Siak, dan masih banyak yang tidak tahu tentang SIAK THE TRULLY MALAY. Selain itu, masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam mewujudkan program ini hanya menunggu aba-aba dari pemerintahn dan tidak memiliki ide-ide untuk dikembangkan.

5. Pulse (semangat)

Semangat merupakan motivasi atau dorongan yang dimiliki seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam semangat kerja adalah suatu keadaan dimana tingkah laku, sifat dari pada orang-orang teratur baik mempunyai hubungan erat

dengan di taati peraturan dan kebijaksanaan kerja dalam sebuah organisasi dan perusahaan. Nitisemito(2001:1999).

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 9.30 WIB beliau selaku kepala dinas pariwisata kabupaten siak, mengenai apa saja kegiatan yang dilakukan oleh dinas pariwisata untuk mendorong semangat dalam menjalankan fungsi dan tugas Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“ada banyak sekali kegiatan yang sering di lakukan, berupa pengusulan kegiatan event wisata rutin pada setiap tahunnya melalui dana APBD Kabupaten Siak, melakukan festival atau lomba pembuatan karya film pendek tentang objek-objek wisata yang ada di kabupaten siak sebagai ajang promosi pariwisata kabupaten siak dan membuat bahan-bahan promosi pariwisata seperti membuat Booket, Leaflet, Brosur, Banner Shoothing Bag, Spanduk-spanduk, Baliho, papan billboar video profil pariwisata sticker, poster-poster dan sebagainya”.

Sedangkan mengenai apa saja hambatan-hambatan yang terjadi dalam mempromosikan pariwisata kabupaten siak, dan hasil wawancaranya sebagai berikut :

“untuk saat ini tidak ada hambatan atau kendala yang berarti, semuanya sudah berjalan dengan baik dan sesuai yang di harapkan hanya saja perlu peningkatan promosinya yang lebih luas lagi dan berbasis IT dan

Teknologi yang modern sehingga dapat menjangkau kesemua Negara di belahan dunia ini”.

Selanjutnya penulis mewawancarai kepada bapak Said Muzani, SH selaku kepala Kepala bidang pengembangan dan sumber daya ekonomi kreatif dinas pariwisata kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pada pukul 11.15 WIB tentang apa saja kegiatan yang di lakukan oleh dinas pariwisata untuk mendorong semangat dalam menjalankan fungsi dan tugas Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“untuk kegiatan ada banyak sekali yang sering kami lakukan, mulai dari event tahunan, melakukan pembinaan kepada para pelaku usaha ekonomi kreatif(EKRAF) agar dapat menampilkan dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengunjung atau wisatawan, melakukan perbaikan dan pembenahan terhadap sarana dan prasarana objek wisata, bekerja sama dengan pihak-pihak komunitas atau pelaku usaha seni , membuat media-media informasi tentang pariwisata kabupaten siak, seperti melalui media sosial, media online, media TV/Videotrone, media cetak, media komunitas, media aplikasi android (pesona siak, website, lokal guide, dan pemerintah juga melakukan jalinan kerjasama baik dengan perguruan tinggi Negri maupun swasta dan sekolah-sekolah pariwisata serta pihak perusahaan swasta(CSR) yang ada di Kabupaten Siak”.

Sedangkan mengenai apa saja hambatan-hambatan yang terjadi dalam mempromosikan pariwisata kabupaten siak, dan hasil wawancaranya sebagai berikut :

“seperti yang saya lihat kendala yang sering di jumpai yaitu kurangnya minat dari generasi-generasi penerus terhadap budaya melayu itu sendiri, sehingga sulit untuk dapat mengembangkan warisan budaya melayu, juga kurangnya ide-ide untuk dapat mengembangkan ekonomi kreatif yang di lakukan oleh masyarakat”.

Selanjutnya penulis mewawancarai dengan Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB mengenai semangat dari dinas pariwisata dalam mempromosikan pariwisata budaya di Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“semangat yang di miliki cukup tinggi, ambisi dan kerja keras yang di miliki oleh dinas pariwisata kabupaten siak u ntuk melakukan promosi tentang Kabupaten Siak agar di kenal oleh mancanegara patut di Apresiasi”.

Dari wawancara yang peneliti lakukan di dinas pariwisata Kabupaten Siak pada tanggal 09 September 2020, peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil dari indikator semangat yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Siak sangat baik dan Dinas Pariwisata melakukan kerjasama dengan pihak swasta, masyarakat dan komunitas-komunitas pelaku usaha seni Budaya Melayu. Selanjutnya pemerintah Kabupaten Siak membuat media-media informasi tentang

pariwisata Kabupaten Siak seperti media sosial, online, media tv guna mempromosikan pariwisata Kabupaten Siak.

Berdasarkan hasil Observasi yang telah peneliti lakukan di Kabupaten Siak, peneliti dapat melihat bahwa semangat dari Pemerintahan Kabupaten Siak sangat di apresiasi, karena ingin mewujudkan cita-cita dari pemerintahan Kabupaten Siak dengan berbagai program yang telah di lakukan.

6. Prerequisite (prasyarat)

Menggambarkan kemampuan masyarakat terhadap latar belakang suatu kota, seperti: suka atau tidaknya tinggal disana, menyediakan atau tidak menyediakan fasilitas, sudah memenuhi atau belum memenuhi kebutuhan infrastruktur, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak DR. H. Fauzi Asni, M.SI pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 9.30 WIB beliau selaku kepala dinas pariwisata kabupaten siak, mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh Dinas Pariwisata untuk mempromosikan City Branding, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“saat ini yang di butuhkan oleh dinas pariwisata kabupaten siak meminta kepada semua stakeholder yang ada di Kabupaten Siak untuk ikut berpartisipasi dalam mempromosikan SIAK THE TRULLY MALAY agar lebih familiar dan lebih luas lagi”.

Selanjutnya penulis mewawancarai kepada bapak Basriansyah, ST. MT selaku kepala bidang pemasaran dan promosi dinas kabupaten siak pada hari senin tanggal 9 November 2020 pada pukul 10.20 WIB tentang apa saja yang di butuhkan oleh Dinas Pariwisata untuk mempromosikan City Branding, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“yang di butuhkan berupa semangat dan dorongan dari pemerintah atau pun masyarakat kabupaten siak sendirinya, untuk sama sama membangun dan mewujudkan apa yang telah menjadi cita-cita kita bersama”.

Kemudian penulis mewawancarai dengan Bapak Mufti Saily, ST beliau selaku pelaku wisata pada hari Senin 9 November 2020 Pukul 14.30 WIB tentang infrastruktur yang di miliki Kabupaten Siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“seperti yang saya lihat, infrastruktur di beberapa tempat wisata sangat minim, beberapa jalan akses menuju tempat wisata sangat buruk dan membutuhkan perbaikan,selanjutnya infrastuktur tempat parkir bagi kendaraan”.

Selanjutnya penulis mewawancarai tentang apa saja yang di butuhkan oleh masyarakat ketika berkunjung di kabupaten siak, yang hasil wawancaranya sebagai berikut :

“Nah, untuk hal ini yang di butuhkan berupa kebersihan dari kota, keramahaan penduduk atau masyarakat setempat harga masuk wisata dan harga makanan dan minumannya”.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan di Dinas pariwisata Kabupaten Siak pada Tanggal 09 September 2020, peneliti dapat menyimpulkan dari indikator prasyarat terhadap Strategi city branding oleh pemerintah Kabupaten Siak dalam mempromosikan pariwisata Budaya di Kabupaten Siak mengenai prasyarat atau bisa disebut dengan infrastruktur di Kabupaten Siak sudah memadai selain itu juga di butuhkan dukungan dari stageholder Kabupaten Siak. hambatannya untuk saat ini mengena objek wisata Kabupaten Siak jalan maupun tempat objek wisata susah di akses dikarenakan kebanyakan tempat objek wisata Kabupaten siak terletak di sebagian tempat terpencil.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di Kabupaten Siak, peneliti dapat melihat bahwa infrastruktur yang di miliki Kabupaten Siak sangat minim, terutama yang berada di daerah-daerah terpencil . Serta jalan-jalan penghubung antar daerah sangat buruk, terdapat banyak lubang dan jalan yang tidak bagus untuk di lewati.

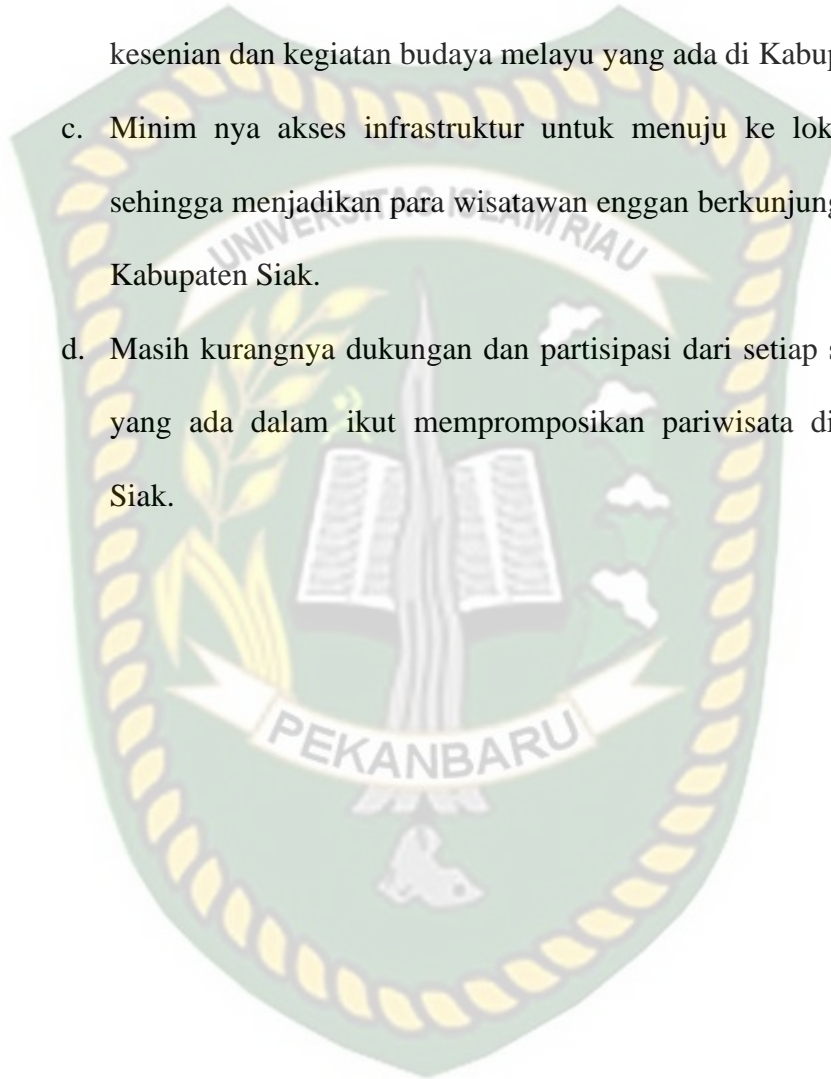
C. Hambatan-hambatan Strategi City Branding Oleh Pemerintah Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Siak.

Adapun hambatan dalam Strategi City Branding Oleh Pemerinatah Kabupaten Siak Dalam Mempomosikan Pariwisata Budaya di Kabupaten Siak, yaitu :

- a. Keterbatasan alat Teknologi yang lebih modern, dalam mempromosikan pariwisata budaya karena dengan adanya

teknologi yang mendukung akan mempermudah dalam mempromosikan pariwisata budaya yang ada di Kabupaten Siak.

- b. Kurangnya minat dari generasi penerus dalam melestarikan kesenian dan kegiatan budaya melayu yang ada di Kabupaten Siak.
- c. Minim nya akses infrastruktur untuk menuju ke lokasi wisata, sehingga menjadikan para wisatawan enggan berkunjung ke daerah Kabupaten Siak.
- d. Masih kurangnya dukungan dan partisipasi dari setiap stakeholder yang ada dalam ikut mempromosikan pariwisata di Kabupaten Siak.



BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan Analisa yang telah penulis lakukan mengenai Strategi City Branding oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Siak. Penulis dapat mengambil kesimpulan dan memberikan saran sebagai pelengkap akhir dari penyelesaian skripsi ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak yang membutuhkan informasi.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai Strategi City Branding Oleh Pemerintahan Kabupaten Siak Dalam Mempromosikan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Siak. Peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- a. Dari indikator Presence(Kehadiran), dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Siak sudah menjadi tempat wisata pilihan bagi para wisatawan lokal maupun asing tiap tahunnya, ini merupakan bentuk keberhasilan promosi yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Siak.
- b. Dari indikator Place (Tempat), di simpulkan bahwa para wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Siak lebih tertarik untuk datang ke tempat-tempat wisata yang mempunyai nilai sejarah budaya melayunya.

- c. Dari indikator potential (Potensial) dapat di simpulkan bahwa kabupaten siak merupakan kabupaten yang memiliki potensi wisata yang hebat untuk dapat dikembangkan dan di kenal oleh penjuru dunia.
- d. Dari indikator people (orang) dapat di simpulkan bahwa seluruh elemen yang ada di kabupaten siak mendukung penuh dan berpartisipasi di setiap program-program yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak untuk mewujudkan “SIAK THE TRULLY MALAY”.
- e. Dari indikator pulse (semangat) dapat di simpulkan bahwa pemerintahan Kabupaten Siak sudah melakukan berbagai kegiatan untuk mempromosikan pariwisata budaya agar lebih terkenal dan menarik para wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Siak.
- f. Dari indikator Prerequisite (prasyarat) dapat di simpulkan bahwa yang di butuhkan oleh para wisatawan berupa infrastruktur dan akses jalan agar mempermudah para wisatawan menuju ke tempat wisata yang ingin di kunjunginya.

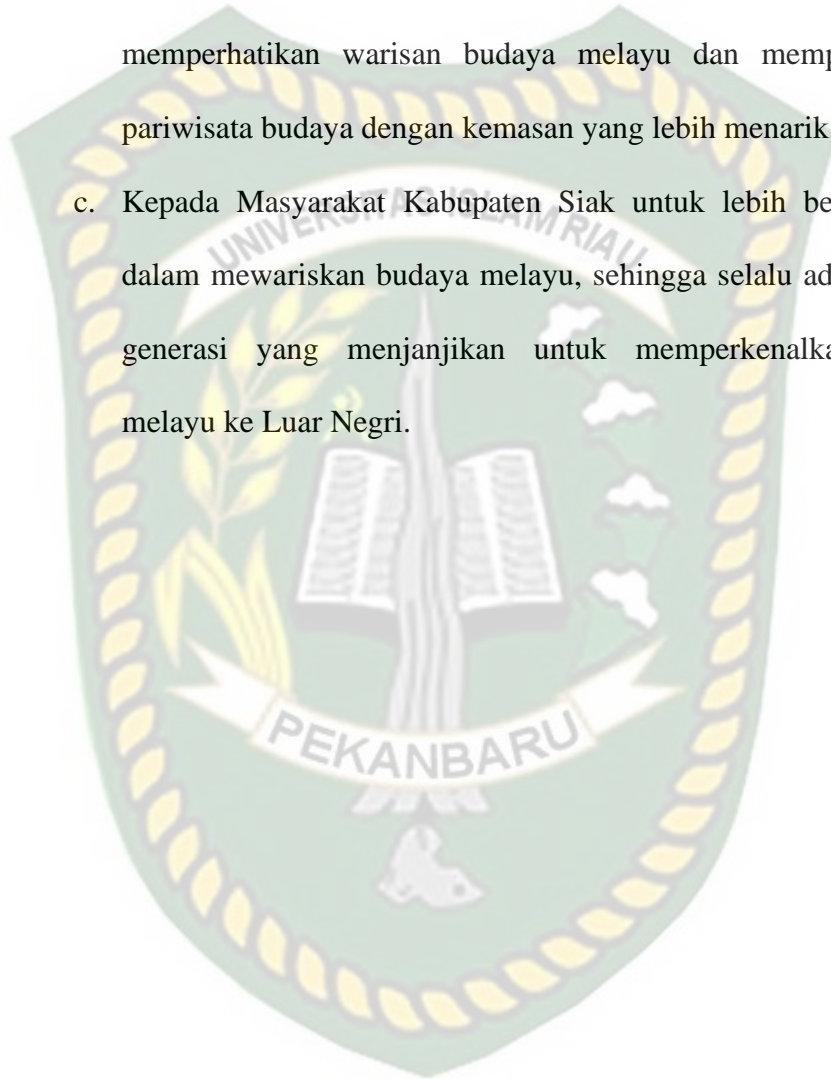
B. Saran

Adapun saran yang peneliti sampaikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Kepada pemerintahan Kabupaten Siak agar menambahkan dasar hukum untuk city branding, sehingga menjadi landasan yang kuat

dikarenakan kabupaten siak sudah memiliki hak paten dari “SIAK THE TRULLY MALAY”.

- b. Kepada Dinas pariwisata Kabupaten Siak agar lebih memperhatikan warisan budaya melayu dan mempromosikan pariwisata budaya dengan kemasan yang lebih menarik.
- c. Kepada Masyarakat Kabupaten Siak untuk lebih berpartisipasi dalam mewariskan budaya melayu, sehingga selalu ada generasi-generasi yang menjanjikan untuk memperkenalkan budaya melayu ke Luar Negri.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Awang Azam, Wijaya Maendra, 2012. *Ekologi pemerintahan*, Alfa Riau, Pekanbaru.
- Anholt, Simon. "Competitive Identity : A New model for the brand management of nation cities and regions." *Policy & practice-A Development Educations Review* 4 (2007).
- Budiarjo, Mariam. 2003. *Dasar dasar Ilmu Politik*, PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Dinnie, Keith. 2011. *City Branding :Theory and Case*. Penerbit CPI Antony Rowe, Chippenham and Eastbourne. Great Britain.
- Firiansyah, Iranda. 2020. *Efektivitas City Branding "Pekanbaru Kota Madani" Dalam Menciptakan Identitas Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur, 2016. *Metode penelitian kualitatif*.
- Gunawan, Iman. 2013. *Metode penelitian kualitatif : Teori dan praktik*. Jakarta : Bumi aksara
- Hasan Erlina, 2005. *Komunikasi pemerintahan, Bandung*, Refika Aditama.
- Kansil, C.S.T, 2008. *Sistem pemerintahan Indonesia*. Bumi Aksasara. Jakarta. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

- Kavaratzis, Mihalis. 2004. *From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands*. Place Branding.
- Kencana, Inu. "Pengantar Ilmu Pemerintahan". Bandung : PT Refika Aditama (2005).
- Kotler, Philip. "Manajemen pemasaran, Jilid 1 dan 2, Jakarta : PT. "Indeks Kelompok Gramedia" (2005).
- Labolo, Hamdan, 2010. *Memahami Ilmu Pemerintahan*. PT. Raja Grafindopersada, Jakarta.
- Larasati, D. (2016). *Potensi wisata dalam pembentukan city branding Kota Pekanbaru*.
- Musaneff, 1980. *Sistem pemerintahan di Indonesia*. Jakarta, penerbit gunung agung.
- Muljadi, 2010, *Kepariwisata dan Perjalanan, Raja Grafindo Persada*, Jakarta.
- Moilanen, Teemu & Rainisto. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan
- Ndaraha, Taliziduhu. 2011. *Kybernologi*. Jakarta. Pt Rineka cipta. Jakarta.
- Ndraha, Talizidhu. 2003. *Kybernologi (ilmu pemerintahan baru)*. Jilid 2. Jakarta. Pt. Rineka cipta.

Noor Efni Salam & Nurjana.(2019). *Komunikasi pariwisata budaya dalam mempromosikan city branding “Siak the truly Malay”*.UNRI.

Pedoman penulisan usulan penelitian . Skripsi dan kertas kerja mahasiswa. Pekanbaru, Badan Penerbit Fisipol UIR.

Rainisto SK. 2003. *Success Factors of Place marketing: A study of place marketing practices in Northern Europe and the United States. Doctoral Dissertation. Helsinki: University of Technology, Institute of Strategy and International Business.*

Rasyid, M. Ryass. 1997. *Makna Pemerintahan : Tinjauan dari Segi Etika dan Kepimpinan*, Jakarta : Yasraf Watampone

Ridwan, 2009. *Rumusan dan data dalam Analisis Statistik untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sedarmayanti. 2004. *Good governance (keperintahan yang baik)bagian kedua membangun sistem manajemen kinerja guna meningkatkan produktivitas menuju good governance(keperintahan yang baik)*. Bandung : Mandar Maju.

Sondang, Siagian P. ”*Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama*”Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta (2008).

Sugiyono, H. Metode kualitatif dan kuantitatif. “*Cetakan ke-23*. Alfabeta, Bandung (2016).

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Yogyakarta, Liberty.

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta, Andi.

Syafie, 2013. *Ilmu pemerintahan*, Bandung

Syafie, Inu Kencana. 2001, *filsafat pemerintahan PT.Perca*. Jakarta

Syafiie, Inu Kencana. 2005. *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.

Syafie Inu Kencana, 2009, *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Bandung, Penerbit Aditama

Usman, 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.

Yananda, S. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Makna Informasi, Jakarta.

DOKUMENTASI

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

Peraturan Bupati Siak Nomor 80 Tahun 2016 Tentang kedudukan susunan organisasi tugas dan fungsi serta Tatakerja dinas pariwisata kabupaten siak

Fisipol UIR. 2013. Buku pedoman penulis usulan penelitian , skripsi dan kertas kerja mahasiswa, pekanbaru. Fisipol UIR.

JURNAL

Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, R. (2018). Pengembangan model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di kawasan geopark Pangandaran development of local tourism based tourism communication model. Jurnal Kajian Komunikasi, 6(2), 217–230. Diambil dari <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/18459/9170>.

Dyas Larasasti. 2016. Potensi Wisata Dalam Pembentukan City Branding Kota Pekanbaru. Universitas Islam Indonesia.

Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands : Lessons from Corporate Branding. Place Branding and Public Diplomacy Vol. 5 No. 1, 26-37.

Rifda Amalia Susanti. 2018. Strategi city branding Pekalongan “WORLD’S CITY OF BATIK”. Surakarta.

Sylvina Rusadi & Made D. Wedayanti.(2019).Straregi city branding oleh pemerintah daerah kabupaten siak dalam peningkatan daya tarik pariwisata.pekanbaru:uir.

Yananda, M. R., & Salamah, U. (2014). Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas. Jakarta Selatan: Makna Informasi.

SiakKab.go.id