

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimanapun saja manusia berada tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi, (Muhammad, 2014 :1)

Beragam definisi komunikasi, berikut definisi komunikasi menurut:

- a. Forsdale dalam Muhammad, (2014 : 2), “*communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signals that operate according to rules*” yang artinya komunikasi adalah suatu proses memberikan sinyal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah”.
- b. Brent D. Ruben dalam Muhammad (2014 : 3) “bahwa komunikasi adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi, dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain”.

**a. Fungsi Komunikasi**

William I. Loren Anderson dalam Mulyana (2005 : 5-30) mengategorikan fungsi komunikasi menjadi 3:

1. Sebagai komunikasi sosial

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Dengan komunikasi akan terbangun kerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

2. Sebagai komunikasi ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain.

3. Sebagai komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif).

## **b. Komunikasi Organisasi**

(Morissan, 2013:15) “komunikasi organisasi terjadi pada jaringan kerjasama yang besar meliputi seluruh aspek baik komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok membahas topik-topik seperti struktur organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses organisasi, dan budaya organisasi”.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik. Hal ini senada yang disampaikan oleh Schein dalam Muhammad (2014:23) bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirarki otoritas dan tanggung jawab.

Konsep tujuan organisasi adalah yang paling penting dan sangat kontroversial dalam mempelajari organisasi. Tujuan dibatasi sebagai sesuatu konsep akhir yang diinginkan, atau kondisi yang partisipan usahakan mempengaruhinya, melalui penampilan aktivitas tugas-tugas mereka.

### c. **Komponen Komunikasi Organisasi**

Dalam proses komunikasi organisasi, ada beberapa komponen yang penting untuk diperhatikan (Ruliana 2014:22). Adapun komponennya adalah sebagai berikut :

1. Jalur komunikasi internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horizontal, serta jaringan.
2. Induksi, antara lain orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijakan dan prosedur, serta keuntungan para karyawan.
3. Saluran, antara lain media elektronik (email, internet), media cetak (memo, surat menyurat, bulletin) dan tatap muka.
4. Rapat, antara lain *briefing*, rapat staf, rapat proyek, dan dengar pendapat umum.
5. Wawancara, antara lain seleksi, tampilan kerja dan promosi karier.

### d. **Tujuan Komunikasi Organisasi**

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Hal ini senada dengan yang disampaikan Liliweri dalam (Ruliana 2014:24) mengemukakan bahwa ada empat tujuan organisasi, yakni :

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.
2. Membagi informasi.
3. Menyatakan perasaan dan emosi.
4. Melakukan koordinasi.

## 2. **Sosialisasi**

Tertib sosial tidak terjadi dengan sendirinya tetapi dicapai melalui proses pengenalan akan nilai dan norma sosial sebagai tata kelakuan dari anggota masyarakat. Bentuk pengenalan ini selalu dilakukan dari lingkungan keluarga sebagai kesatuan unit sosial terkecil di dalam struktur sosial.

### a. **Pengertian Sosialisasi**

Menurut David B Brinkerhoft dan Lynn K White, Sosialisasi adalah suatu proses belajar peran, status dan nilai yang diperlukan untuk partisipasinya dalam institusi sosial.

Sosialisasi menurut Perbankan Syariah sangat penting untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang kelebihan dan keunggulan suatu produk. Sosialisasi bisa dilakukan melalui pelatihan seminar ataupun sebagainya.

Sosialisasi mengindikasikan bahwa proses tersebut bukanlah proses atau aktifitas yang dilaksanakan secara sepihak. Bagaimanapun juga proses sosialisasi adalah sebuah proses yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pihak yang melakukan sosialisasi dan pihak yang di sosialisasi (Setiadi, 2011:159).

Menurut (Setiadi & Kolip 2011:159) dalam pelaksanaannya sosialisasi dilakukan dengan cara sosialisasi represif dan sosialisasi partisipatif.

1. Sosialisasi represif adalah sosialisasi yang didalamnya terdapat sanksi jika pihak-pihak yang tersosialisasi seperti anak atau masyarakat melakukan pelanggaran.
2. Sosialisasi partisipatif adalah sosialisasi yang berupa rangsangan tertentu agar pihak yang tersosialisasi mau melakukan tindakan.

**b. Fungsi Sosialisasi**

Fungsi umum itu dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang individu dan kepentingan masyarakat.

1. Individu : Dari sisi ini, sosialisasi berfungsi sebagai sarana pengenalan, pengakuan, dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma-norma, dan struktur sosial. Dengan cara begitu, seseorang menjadi warga masyarakat yang baik. Pengertian warga masyarakat yang baik adalah warga yang memenuhi harapan umum warga masyarakat lainnya. Dengan kata lain, dia mampu memenuhi segala kewajiban dan menerima semua haknya sebagai warga masyarakat.
2. Masyarakat : Dari sisi ini, sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebarluasan, dan pewarisan nilai-nilai serta norma-norma sosial. Dengan demikian, nilai dan norma tetap terpelihara dari generasi ke generasi dalam masyarakat yang bersangkutan.

**c. Tujuan Sosialisasi**

Tujuan sosialisasi secara esensial adalah untuk dapat mengantarkan generasi muda pada kebutuhan dan tuntutan untuk terus dapat bertahan hidup dibidang fisik maupun sosial budaya (Anugrah 2017:17). Dalam konteks fisik, proses sosialisasi harus dapat membantu meningkatkan atau memenuhi kebutuhan masyarakat suatu daerah.

**d. Jenis Sosialisasi**

Robert Lawang membagi sosialisasi menjadi dua jenis :

1. Sosialisasi Primer

Proses sosialisasi yang terjadi pada saat usia seseorang masih balita. Pada fase ini, seorang anak dibekali pengetahuan tentang orang-orang yang berada dilingkungan sosial sekitarnya melalui interaksi, seperti dengan ayah, ibu, kakak, dan anggota keluarga lainnya. Ia dibekali kemampuan untuk mengenali dirinya, terutama menyangkut siapa nama panggilannya, identitas dirinya, yaitu membedakan dirinya dengan orang lain.

2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi yang berlangsung setelah sosialisasi primer, yaitu semenjak usia 4 tahun hingga selama hidupnya. Jika sosialisasi primer dominasi peran keluarga sangat kuat, akan tetapi dalam sosialisasi sekunder

proses pengenalan akan tata kelakuan adalah lingkungan sosialnya, seperti teman sepermainan, teman sejawat, sekolah, orang lain yang lebih dewasa hingga pada proses pengenalan adat istiadat yang berlaku dilingkungan sosialnya.

### **3. Pariwisata**

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini menjadi tidak hanya di Negara maju tetapi mulai dirasakan pula di Negara berkembang.

#### **a. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan (Sutrisno 1998:23).

Pariwisata secara singkat dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Soekadijo 2000:2).

#### **b. Konsep Pariwisata**

Pariwisata merupakan sebuah gejala yang dapat memberikan manfaat dengan pengelolaan yang terbaik dan terencana. Banyak orang yang mencari hiburan atau rekreasi untuk sekedar menghilangkan rasa stress akibat kegiatan yang padat. Oleh karena itu banyak orang yang ingin menikmati suasana baru

bersama keluarga atau teman dekatnya dengan berkunjung ke daerah yang memiliki objek wisata yang menarik perhatian.

Pemasaran pariwisata mencakup, menemukan apa yang menjadi keinginan konsumen, mengembangkan pemberian pelayanan yang sesuai kepada wisatawan, pemberitahuan tentang produk yang dibuat dan memberikan intruksi dimana wisatawan dapat memperoleh produk-produk tersebut (Marpaung 2002:118).

**c. Jenis Parawisata**

Menurut (Pendit 1990), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain :

1. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ketempat lain atau keluar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka.
2. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
3. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara.

4. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.
5. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian.
6. Wisata bahari, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut.
7. Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pengunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.
8. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perlanan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan

**d. Prasarana dan Sarana Pariwisata**

Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan. Termasuk prasarana pariwisata antara lain:

1. Prasarana perhubungan yang meliputi jaringan jalan raya, jembatan dan terminal bus, rel kereta api dan stasiun, pelabuhan udara (air-port) dan pelabuhan laut (seaport atau harbor).
2. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih.
3. Instalasi penyulingan bahan bakar minyak.
4. Sistem pengairan atau irigasi untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan.
5. Sistem perbankan dan moneter.
6. Sistem telekomunikasi seperti telepon, pos, telegraf, faksimili, email dan lain-lain.
7. Prasarana kesehatan seperti rumah sakit dan pusat kesehatan masyarakat.
8. Prasarana, keamanan, pendidikan dan hiburan Sarana pariwisata adalah fasilitas dan perubahan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan.

Oleh karena itu keberadaan sarana pariwisata sangatlah penting dan mutlak untuk menyajikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan. Sarana pariwisata meliputi :

1. Perusahaan perjalanan seperti Travel Agent, Travel Bureau dan Tour Operator Perusahaan perjalanan melakukan kegiatan dalam memberikan jasa pemesanan tiket angkutan, akomodasi, darmawisata dan lain-lain

2. Perusahaan transportasi, terutama transportasi angkutan wisata salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari suatu tempat lainnya. Perpindahan itu bisa dalam jarak dekat dan bisa juga dalam jarak menengah atau jauh.

Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja diperlukan alat-alat transportasi. Dalam melakukan perpindahan tersebut berbagai keinginan terkait didalamnya. Ada yang mampu membayar mahal, tetapi lebih banyak yang ingin murah. Untunglah berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai model transportasi sudah tersedia. Berbagai jenis transportasi yang dapat dipergunakan para pelancong khususnya, antara lain transportasi udara, transportasi laut, dan transportasi darat.

1. Hotel dan jenis akomodasi lainnya Yang termasuk jenis akomodasi antara lain hotel, motel, wisma, pondok wisata, vila, apartemen, caravan, perkemahan, kapal pesiar, pondok remaja dan lain sebagainya.
2. Bar, restoran, catering dan usaha jasa boga lainnya Makanan dan minuman merupakan hal yang amat penting bagi wisatawan. Tidak jarang wisatawan melakukan perjalanan wisata, mengunjungi suatu tempat karena alasan makanan dan minuman. Oleh sebab itu, wisatawan biasanya menaruh harapan untuk mendapatkan makanan dan minuman yang enak, baik makanan dan minuman yang telah dikenalnya maupun karena ingin mencoba makanan dan minuman baru yang belum pernah dinikmatinya.

Dalam kaitan ini banyak Negara yang terkenal dan menarik minat wisatawan karena makanan dan minuman khasnya.

**e. Dampak Pariwisata**

Pengembangan pariwisata pada dasarnya dapat membawa berbagai manfaat bagi masyarakat di daerah. Seperti diungkapkan oleh (Soekadijo 2001), manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal, antara lain: pariwisata memungkinkan adanya kontak antara orang-orang dari bagian-bagian dunia yang paling jauh, dengan berbagai bahasa, ras, kepercayaan, paham, politik, dan tingkat perekonomian.

Pariwisata dapat memberikan tempat bagi pengenalan kebudayaan, menciptakan kesempatan kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Sarana-sarana pariwisata seperti hotel dan perusahaan perjalanan merupakan usaha-usaha yang padat karya, yang membutuhkan jauh lebih banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha lain. Manfaat yang lain adalah pariwisata menyumbang kepada neraca pembayaran, karena wisatawan membelanjakan uang yang diterima di negara yang dikunjunginya. Maka dengan sendirinya penerimaan dari wisatawan mancanegara itu merupakan faktor yang penting agar neraca pembayaran menguntungkan yaitu pemasukan lebih besar dari pengeluaran. Dampak positif yang langsung diperoleh pemerintah daerah atas pengembangan pariwisata tersebut yakni berupa pajak daerah maupun bukan pajak lainnya. Sektor pariwisata memberikan kontribusi kepada daerah melalui pajak daerah, laba Badan Usaha Milik Daerah, serta pendapatan lain-lain yang sah berupa pemberian hak atas tanah pemerintah. Dari pajak daerah sendiri, sektor pariwisata memberikan

kontribusi berupa pajak hotel dan restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak minuman beralkohol serta pajak pemanfaatan air bawah tanah.

Belanja wisatawan di daerah tujuan wisatanya juga akan meningkatkan pendapatan pemerataan pada masyarakat setempat secara langsung maupun tidak langsung melalui dampak berganda (*multiplier effect*). Dimana di daerah pariwisata dapat menambah pendapatannya dengan menjual barang dan jasa, seperti restoran, hotel, pramuwisata dan barang-barang souvenir. Dengan demikian, pariwisata harus dijadikan alternatif untuk mendatangkan keuntungan bagi daerah tersebut.

#### 4. Wisatawan

Wisatawan adalah sebagai objek dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan disebut sebagai objek karena kegiatan pariwisata tidak bisa terlepas dari pelayanan terhadap wisatawan atau orang sebagai objek pelayanan. *The tourist is the actor in this system Cooper, (1993:3)*. Maksudnya adalah bahwa wisatawan merupakan yang menjadi perhatian oleh siapa pun yang terlibat dalam kegiatan pariwisata. Dari pendapat Cooper tersebut dapat dikatakan bahwa tidak selamanya wisatawan diperlakukan sebagai obyek, tetapi terkadang bisa saja sebagai subyek dalam pelayanan pariwisata. Definisi mengenai wisatawan juga ditegaskan oleh *IUOTO (International Union of Official Travel Organization)* dalam (Pitana 2005: 43), pengertian wisatawan ini hanya berlaku untuk wisatawan internasional, tetapi secara analogis dapat juga berlaku untuk wisatawan domestik. Selanjutnya wisatawan dibedakan atas dua bagian, yakni :

1. Wisatawan (*tourist*)

Yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam,

2. Pelancong/pengunjung (*excursionists*)

Yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam.

Dari sisi yang lain, Inskip (1991) mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung ke suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dimana mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ditentukan oleh beberapa hal, antara lain; asal negara wisatawan, tujuan dari pada kunjungannya, lama tinggal, umur, jenis kelamin dan jumlah keluarga yang ikut berkunjung, pekerjaan dan tingkat penghasilan, jumlah kunjungan, individu atau kelompok, jumlah uang yang dihabiskan selama kunjungan serta perilaku dari kepuasan wisatawan itu sendiri.

Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan memiliki cara yang unik dan berbeda satu dengan yang lain. Hal ini menyebabkan terjadi perbedaan kepuasan dan pengalaman berwisata (Ismayanti 2010:25).

- a. **Jenis-jenis Wisatawan**

1. Wisatawan massal kelompok atau *Organized Mass Tourist*
2. Wisatawan massal individu atau *individu mass tourist*

- b. **Karakteristik Wisatawan**

1. Karakteristik wisatawan berdasarkan psikografi

Dalam psikografi wisatawan dipilah-pilah berdasarkan kepribadian individu, gaya hidup dan kelas sosial.

2. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek sosio-ekonomi

Klasifikasi wisatawan dibedakan berdasarkan demografi, yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, dan siklus keluarga.

### 3. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografi

Wisatwan dibedakan berdasarkan geografi atau wilayah asal kedatangan, daerah asal wisatwan merupakan aspek penting dalam memahami karakteristik wisatawan karena hal tersebut berkaitan dengan kebudayaan, nilai, sikap, dan sikap. Wisatawan domestik masuk dalam karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografi.

## **B. Defenisi Operasional**

### **1. Komunikasi**

Suatu proses penyampaian informasi dari komunikator (pemberi pesan) kepada komunikan (penerima pesan) baik secara langsung maupun secara tidak langsung apabila komunikasi tersebut diterima dengan baik oleh komunikan maka komunikasi dapat dikatakan berhasil.

### **2. Sosialisasi**

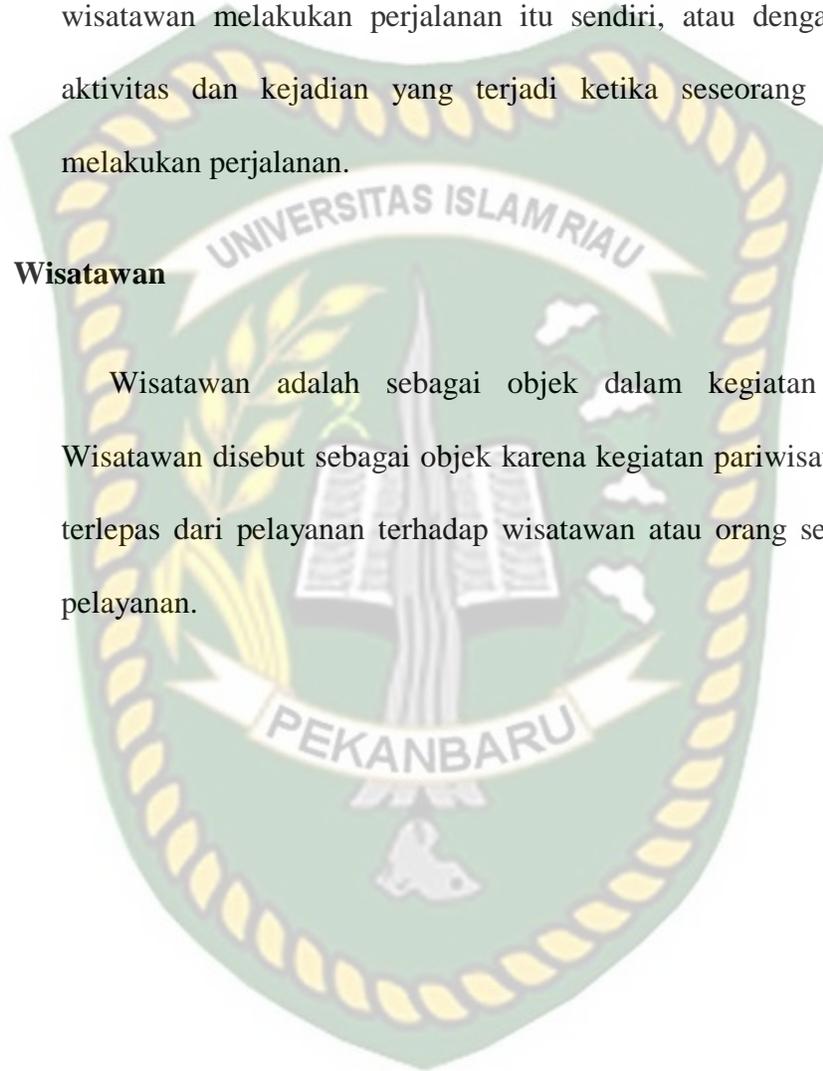
Sosialisasi adalah suatu proses pembelajaran seseorang maupun sekelompok orang dalam menerima hal baru seperti norma-norma dan nilai-nilai dalam hidup bersosial dengan tujuan memberikan pemahaman terhadap norma-norma dan nilai-nilai sosial.

### 3. **Pariwisata**

Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri, atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan.

### 4. **Wisatawan**

Wisatawan adalah sebagai objek dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan disebut sebagai objek karena kegiatan pariwisata tidak bisa terlepas dari pelayanan terhadap wisatawan atau orang sebagai objek pelayanan.



### C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.1

#### Penelitian Terdahulu

| NO | Nama/Tahun              | Judul Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|-------------------------|--|--|
| 1  | SARMI/2015              | STRATEGI HUMAS DINASPARIWISATA KABUPATEN PELALAWAN DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA BONO DI KECAMATAN TELUK MERANTI  | Untuk mempromosikan wisata Bono, pemerintah Kabupaten Pelalawan mengikuti pameran Deep and Extreme di Jakarta, pameran ini bertujuan untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya bahwa Kabupaten Pelalawan memiliki wisata yang menguji adrenalin. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.    |
| 2  | MUHAMMAD SYAFRIZAL/2012 | ANALISIS PROGRAM DINAS KEBUDAYAAN PARIWISATA, PEMUDA, DAN OLAHRAGA KABUPATEN BENGKALIS DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI SELAT BARU DI KECAMATAN BANTAN KABUPATEN BENGKALIS | Untuk mempertimbangkan keuangan antara pemerintahan pusat dan pemerintah daerah memerikan peluang besar terhadap perkembangan Kabupaten Bengkalis dalam rangka mempercepat laju pertumbuhan pembangunan khususnya pembangunan pariwisata. Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga. |

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian diatas yaitu terletak pada pelaksanaan sosialisasi oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga, tujuan, lokasi, objek penelitian, dan juga teori yang berbeda. Penelitian Sarmi bertujuan untuk mengetahui Starategi Humas dalam mempromosikan objek wisata tersebut, disini dia hanya fokus untuk mempromosikan objek wisatanya. Sedangkan penelitian Muhammad Syafrizal bertujuan untuk mengetahui program yang dibuat Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga dalam pengembangan objek Wisata Pantai Selat Baru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis.

Sedangkan penelitian saya disini bertujuan untuk mengetahui atau memahami bagaimana Pelaksanaan Sosialisasi Wisata Pulau Rupa Oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Bengkalis Dalam Meningkatkan Wisatawan. Jika dilihat pada perbedaannya terletak pada sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga dalam mempromosikan dan mensosialisasikan masih devisi penyelesaian yang berbeda yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga.