

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI
5071/MD-D/SD-S1/2022

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA RELIGI OLEH
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN KAMPAR**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Manajemen Dakwah (S.Sos)

Oleh:

MUHAMMAD AL FARABI
NIM. 11744100457

**PRODI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1443 H/2022 M**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Medani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Muhammad Al Farabi
NIM : 11744100457
Judul : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 02 Juni 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 02 Juni 2022



Timbalan Kosidi, S. Pd., M.A., Ph. D

1981118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Dr. H. Arwan, M. Ag

NIP. 19811118 200901 1 006

Penguji III

Perdamaian, M. Ag

NIP. 19621124 199603 1 001

Sekretaris/ Penguji II

Muhammad Soim, M.A

NIK. 130 417 084

Penguji IV

Nur Al hidayatillah, M.Kom.I

NIK. 130 417 027



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 كلية الدعوة و الاتصال
 FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
 Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan di bawah ini Dosen Penguji Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Muhammad Al Farabi
 NIM : 11744100457
 Program Studi : Manajemen Dakwah
 Judul : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Telah Diseminarkan Pada :

Hari : Senin
 Tanggal : 5 Juli 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana S (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru 5 Juli 2021

Penguji Seminar Proposal

Penguji I,

Imron Rosidi, S. Pd., M.A., Ph. D
 NIP. 198111182009011006

Penguji II,

Nur Alhidayatillah, M. Kom.I
 NIK. 130417027



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Muhammad Al Farabi
Nim : 11744100457
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 14 April 2022

Pembimbing

Khairuddin, M.Ag

NIP.197208172009101002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M. Ag

NIP. 197208172009101002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Komprehensif

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau
di- Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan proposal skripsi sebagaimana mestinya terhadap Saudara :

Nama : Muhammad Al Farabi
NIM : 11744100457
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

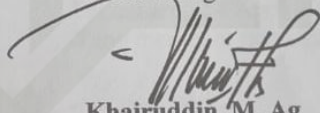
Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Komprehensif sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam ujian komprehensif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

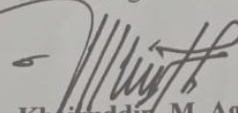
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 14 April 2022
Pembimbing


Khairuddin, M. Ag
NIP. 197208 17200910 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M. Ag
NIP. 197208 17200910 1 002

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Al Farabi
Nim : 11744100457
Tempat & tanggal lahir : Bukittinggi, 22 September 1999
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencatumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 14 April 2022
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Al Farabi
NIM. 11744100457

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Al Farabi
NIM : 11744100457
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi wisata religi yang besar di Kabupaten Kampar dan adanya kendala-kendala yang dialami oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam melaksanakan strategi promosi sehingga belum berjalan secara maksimal. Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata religi di Kabupaten Kampar. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yang merupakan pengurus di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Pelaksanaan penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Berdasarkan penelitian ini didapati hasil bahwa strategi promosi destinasi wisata religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dilakukan dengan beberapa bentuk, yaitu: *Pertama*, promosi langsung yang melibatkan pelaksanaan acara di tempat-tempat wisata, pelaksanaan Kampar Expo, partisipasi dalam Riau Expo dan Pesona Indonesia, pemberian brosur dengan memanfaatkan kegiatan sosialisasi dan interaksi langsung dengan masyarakat luas, serta bekerja sama dengan komunitas-komunitas bergerak di bidang wisata seperti Komunitas Mancing Mania, Komunitas Kijang Tua, Bujang Dara Kampar, dan Kelompok Sadar Wisata. *Kedua*, promosi media massa yang dilakukan dengan memanfaatkan keberadaan media cetak seperti Majalah Jelajah Kampar dan Koran Riau Pos serta media elektronik seperti RRI, RDPK, TVRI dan RTV. Dalam pelaksanaan strategi kedua ini membutuhkan pertimbangan dan alokasi pendanaan yang baik. *Ketiga*, promosi media sosial yang dilakukan dengan pengelolaan *website*, akun Instagram, Facebook, *channel* Youtube, layanan komunikasi *online*, serta pengadaan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusia demi melaksanakan strategi promosi media sosial yang berkualitas. Diantara ketiga bentuk strategi promosi tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sangat fokus dalam strategi promosi media sosial agar promosi wisata religi dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Berdasarkan penelitian ini juga ditemukan bahwa strategi promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar telah dilaksanakan namun masih menemukan kendala dan belum berjalan maksimal.

Kata Kunci: *Bauran Promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Kampar, Wisata Religi.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Rasa syukur yang tidak terhingga penulis ucapkan kehadiran atas Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan hidayah dan kemudahan serta melimpahkan berbagai karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat mencurahkan segala kemampuan yang dimiliki untuk mengerahkan pikiran dan tenaga dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada *habibullah*, yakni Nabi Muhammad SAW atas semangat, kasih sayang, keteguhan, dan perjuangannya untuk membimbing umatnya tanpa pamrih demi keutuhan dan kejayaan umatnya atas nama Islam.

Penulisan skripsi dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA RELIGI OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR”** dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan do'a-do'a dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun secara tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ayahanda tercinta, Haryadi dan Ibunda tersayang, Eva Fitri Yanti serta seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak pernah lelah memberikan dukungannya untuk penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
3. Bapak Imran Rosidi, MA, Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta Bapak Dr. Masduki, M.Ag sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Drs. Arwan, M.Ag sebagai Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah dan Bapak Mukhlisin, S.Ag, M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah yang telah banyak memberi bantuan dalam pengurusan penyelesaian skripsi ini.
5. Kembali kepada Bapak Khairuddin, M.Ag selaku pembimbing skripsi penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi bimbingan dan arahan kepada penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak Drs. Syahril Romli, M.Ag selaku dosen penasehat akademik yang telah banyak memberikan saran dan masukan buat penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampar telah bersedia memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian dan kepada seluruh informan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancara oleh penulis.

8. Bapak dan Ibu seluruh dosen pengajar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
9. Rekan-rekan seperjuangan yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan studi perkuliahan khususnya kepada seluruh sahabat penulis yang saling memberikan *support* untuk keberhasilan bersama.
10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuannya.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri. Semoga dengan adanya skripsi ini menjadi amal shaleh sehingga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi khazanah keilmuan masyarakat luas pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Pekanbaru, 6 April 2022

Muhammad Al Farabi
NIM. 11744100457

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	10
A. Kajian Terdahulu.....	10
B. Strategi Promosi	12
1. Pengertian Strategi	12
2. Pengertian Promosi.....	13
3. Strategi Promosi	13
4. Tujuan Promosi	14
5. Media Promosi	15
6. Sasaran Promosi	16
C. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	16
D. Wisata Religi.....	21
1. Pengertian Wisata.....	21
2. Pengertian Wisata Religi	22
E. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Waktu dan Tempat Penelitian	25
C. Sumber Data.....	25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Validasi Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29

**BAB IV GAMBARAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN KAMPAR..... 31**

A. Sejarah Singkat.....	31
B. Visi.....	32
C. Misi.....	32
D. Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.....	33
E. Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.....	34
F. Uraian Tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.....	35

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38

A. Hasil Penelitian.....	38
1. Promosi Lansung (Sosial).....	38
2. Promosi Media Massa.....	41
3. Promosi Media Sosial.....	43
B. Pembahasan.....	46
1. Promosi Lansung (Sosial).....	47
2. Promosi Media Massa.....	49
3. Promosi Media Sosial.....	51

BAB VI PENUTUP 53

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Berpikir	24
Gambar III.1	Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar ..	34



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang mulai diperhitungkan atau diperhatikan tidak terkecuali di Kabupaten Kampar, yang memiliki wilayah yang sangat luas dan didukung oleh sumber daya alam dan budaya yang beragam tentu sangat potensial untuk diolah dan dimanfaatkan. Dari sumber daya alam yang ada, pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang sangat layak untuk dikelola dan dikembangkan secara maksimal. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 50 Tahun 2011, keberadaan pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Pembangunan dan pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat Kabupaten Kampar.

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang karena sesuatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.¹ Selanjutnya, pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Kampar merupakan bagian integral dengan pembangunan daerah serta merupakan bagian dari pembangunan kepariwisataan. Sumber-sumber potensi kepariwisataan baik berupa objek dan daya tarik wisata, kekayaan budaya, alam dan lainnya merupakan modal dasar bagi pembangunan kepariwisataan daerah. Mengingat potensi pariwisata di Kabupaten Kampar ini tentu akan memberikan dampak pada meningkatnya perekonomian daerah. Dengan harapan bahwa sektor pariwisata dapat menjadi komoditas unggulan yang dapat memacu pertumbuhan perekonomian daerah.

¹ Gamal Suantoro, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2004), 3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wisata religi merupakan jenis wisata yang sering dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata religi banyak diminati oleh orang-perorangan maupun rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau tempat pemakaman tokoh agama atau pemimpin agama. Wisata religi ini banyak dihubungkan dengan niat atau keinginan wisatawan untuk memperoleh kekuatan batin, keteguhan iman, tempat beribadah, perenungan, dan pendekatan diri kepada Allah SWT.²

Menurut Arief Yahya (Menteri Pariwisata 2014-2019), Indonesia memiliki potensi wisata religi yang sangat lengkap dan telah diakui dunia. Mengingat komposisi penduduk Indonesia merupakan mayoritas pemeluk agama Islam tentu akan membentuk segmen wisatawan berbasis religi dan karakteristik wisata religi (*pilgrimage tourism*) berbasis kewilayahan. Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia melakukan berbagai strategi untuk mendorong perkembangan wisata religi di berbagai daerah di Indonesia.³ Salah satu daerah yang memiliki potensi wisata religi tersebut ialah Kabupaten Kampar yang dikenal dengan julukan “Serambi Mekkah” Provinsi Riau.

Kabupaten Kampar merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki luas 11.289,28² atau 12,26% dari luas Provinsi Riau dan berpenduduk ± 790.313 jiwa.⁴ Kabupaten Kampar tidak hanya menyimpan sektor wisata lain yang cukup lengkap mulai dari wisata sejarah, wisata kebudayaan, wisata kuliner, hingga wisata religi. Dengan prediketnya sebagai “Serambi Mekkah”, dipastikan bahwa Kabupaten Kampar memiliki budaya religi yang kental dan situs peninggalan sejarah Islam yang telah melekat dalam kehidupan masyarakat di daerah tersebut.

² Nyoman S. Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, (Jakarta: PT Pradnyama Paramita, 1994), 41.

³ Windi Destiana Putri, “Pemerintah Serious Garap Wisata Religi untuk Meningkatkan Keimanan”, diakses dari laman <http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/16/02/22/o2xyz-kemenpar-serious-garap-wisata-religi-untuk-meningkatkan-keimanan> pada tanggal 23 Agustus 2021.

⁴ Diakses dari laman <http://id.m.wikipedia.org/wiki/.KabupatenKampar> pada tanggal 1 Agustus 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kampar adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki potensi pengembangan pariwisata yang cukup baik. Kabupaten ini memiliki banyak situs peninggalan bernuansa religi yang berpotensi menjadi tempat wisata religi bila dikelola dengan baik. Situs-situs peninggalan tersebut dapat berupa tempat ibadah, kesenian dengan nilai religi, dan makam-makam tokoh penting penyebar agama Islam. Diantara tempat wisata religi di Kabupaten Kampar tersebut antara lain yaitu Masjid Jami' Air Tiris, Masjid Al-Ihsan Markaz Islami Kabupaten Kampar, dan Makam Datuk Tabano.

Masjid Jami' Air Tiris merupakan objek wisata yang menawarkan peninggalan sejarah penyebaran Islam di Kabupaten Kampar dengan keunikan terbuat dari kayu dan dibangun tanpa menggunakan paku. Masjid Jami' Air tiris memiliki potensi untuk menjadi objek wisata religi, namun belum sepenuhnya dioptimalisasikan baik secara pengolahan dan promosinya, selain itu letak lokasi keberadaannya juga masih belum diketahui khalayak ramai. Masjid ini dibangun oleh Datuk Ongku Mudo Songkal dan terletak di Desa Tanjung Berulak, Pasar Usang Air Tiris.⁵

Masjid Jami' Air Tiris kemudian ditetapkan sebagai benda cagar budaya pada tahun 2004. Hal ini berdasarkan dari Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 15 Tahun 2013 Tentang Pelestarian Cagar Budaya. Adapun perihal eksistensinya sebagai salah satu objek wisata religi di Kabupaten Kampar diklarifikasi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam artikelnya pada tanggal 5 November 2019. Artikel tersebut dimuat secara resmi pada website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.⁶

Selain Masjid Jami' Air Tiris, Kampar juga memiliki Masjid Al-Ihsan Markaz Islami Kabupaten Kampar yang berpotensi menjadi tempat wisata religi. Masjid yang disebut juga dengan *Islamic Center* Kabupaten Kampar ini merupakan masjid yang dikelola Pemda Kampar. Dengan keunikannya

⁵ Rahmayanis dkk, *Estetika Ornamen Masjid Jami' Air Tiris Kabupaten Kampar Provinsi Riau*, dimuat dalam Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni Volume 3, No. 2, Oktober 2016, 157.

⁶ Disparbud, "Masjid Jami, Wisata Religi di Kabupaten Kampar", diakses dari laman www.disparbud.kamparkab.go.id tanggal 5 Juni 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai pusat keagamaan Islam di Kabupaten Kampar menjadikan Masjid ini memiliki potensi untuk menjadi tempat wisata religi di Kabupaten Kampar.⁷

Masjid Al-Ihsan Markaz Islami yang juga dikenal dengan *Islamic Center* Bangkinang ini merupakan salah satu tempat *iconic* yang berada di Kabupaten Kampar. Adapun mengenai objek wisata religi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar memasukkan profil Masjid Islamic Center ke dalam SIPAREKRAF. SIPAREKRAF sendiri merupakan aplikasi yang dibangun oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar yang berisi direktori lokasi wisata dan ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Kampar. Di dalamnya disebutkan bahwa Masjid Al-Ihsan Markaz Islami merupakan objek wisata dengan jenis wisata religi yang ada di Kabupaten Kampar.⁸

Bukan hanya kedua Masjid tersebut, Kabupaten Kampar juga memiliki objek wisata berupa makam tokoh Islam pejuang kemerdekaan yakni Makam Datuk Tabano di Jl. KH. M. Nur Mahyuddin, Bangkinang Seberang. Objek wisata ini menawarkan nilai sejarah perjuangan Datuk Tabano sebagai salah satu panglima perang Imam Bonjol dalam memperjuangkan kemerdekaan Indonesia di Kampar.⁹ Keberadaan nilai sejarah tersebut membuat Makam Datuk Tabano banyak dikunjungi dan menjadikannya sebagai salah satu tempat wisata religi di Kabupaten Kampar

Makam Datuk Tabano ini merupakan salah satu situs peninggalan sejarah yang berada di Kabupaten Kampar. Sejak tahun 2017, BPS Kabupaten Kampar juga telah memasukkan Makam Datuk Tabano sebagai salah satu objek wisata di Kabupaten Kampar.¹⁰ Objek wisata ini identik dengan nilai-nilai religius, lewat aktivitas ziarah kubur yang oleh dilakukan

⁷ Kusnadi, "Pemkab Kampar Jadikan Islamic Center Wisata Religi", diakses dari laman <https://infopublik.id/read/pemkab-kampar-jadikan-islamic-center-wisata-religius-.html> tanggal 23 Agustus 2021.

⁸ SIPAREKRAF, "Masjid Islamic Center", diakses dari laman www.siparekraf.kamparkab.go.id tanggal 5 Juni 2022.

⁹ Diakses dari laman <https://jemari.riau.go.id/objek-wisata/makam-datul-tabano> pada tanggal 23 Agustus 2021.

¹⁰ BPS Kabupaten Kampar, "Objek Wisata Menurut Kecamatan di Kabupaten Kampar Edisi 8 Juni 2017", diakses dari www.kamparkab.bps.go.id tanggal 5 Juni 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh masyarakat. Besarnya peran Datuk Tabano dan keregiliusannya membuat Makam Datuk Tabano ini ramai dikunjungi oleh para wisatawan baik untuk melihat secara langsung, mempelajari, atau tujuan peningkatan rasa keagamaan.

Ketiga tempat wisata religi yang telah diuraikan di atas menunjukkan besarnya potensi wisata religi di Kabupaten Kampar, namun belum sepenuhnya dioptimalisasikan oleh pemerintah, baik dari segi pengelolaannya maupun dari segi promosinya. Padahal bila dikelola dengan baik, tempat wisata tersebut memiliki peluang untuk meningkatkan dan mengangkat ekonomi masyarakat sekitar. Terkait dengan hal tersebut, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berupaya untuk meningkatkan potensi wisata religi yang ada di Kabupaten Kampar, serta menggali lebih dalam lagi potensi-potensi yang ada agar dapat dijadikan alternatif kunjungan wisatawan di Kabupaten Kampar.

Salah satu upaya untuk mengoptimalkan potensi wisata religi tersebut yaitu dengan melakukan strategi promosi. Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau khalayak ramai kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.¹¹ Promosi memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata, karena promosi merupakan usaha mengkomunikasikan potensi wisata kepada target pasaran. Jika dioptimalisasikan dengan baik, strategi promosi akan mampu menjadi jawaban untuk memaksimalkan potensi wisata religi. Maka dari itu, strategi promosi merupakan kebutuhan dan langkah penting yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar untuk memaksimalkan potensi tempat wisata religi di Kabupaten Kampar. Namun disadari masih kurang gencarnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam melaksanakan tugas strategi promosinya. Sehingga masyarakat cenderung untuk mencari tempat rekreasi/hiburan semata untuk menghabiskan waktu liburannya.

¹¹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modren*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), 394.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas maka dibutuhkan strategi promosi dalam memaksimalkan potensi wisata religi di Kabupaten Kampar melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Dari uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dengan mengangkat permasalahan ini kedalam suatu penelitian dengan judul : **“Strategi Promosi Destinasi Wisata Religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar”**.

B. Penegasan Istilah

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Wisata Religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar” penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. Dengan maksud, untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan kesalahpahaman terhadap judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah berikut:

1. Strategi Promosi

Menurut Alfred Chandler strategi adalah suatu penentuan sasaran dan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan serta pengadopsian seperangkat tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan tujuan tersebut.¹² Menurut glueck strategi merupakan suatu rencana yang terpadu, komprehensif dan terintegrasi yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan pokok perusahaan tercapai.¹³

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dimaksud dalam penelitian ini meruju kepada upaya dan tindakan yang bertujuan sebagai alat komunikasi persuasif dan dilakukan oleh perusahaan – dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar – untuk memasarkan produknya. Tujuan utama dari adanya strategi promosi ini adalah untuk memberikan informasi dan meyakinkan para target konsumen untuk dapat menikmati produk/jasa yang dipromosikan.

¹² Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 25.

¹³ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, 25.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wisata Religi

Wisata religi merupakan jenis wisata yang sering dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata religi banyak dilakukan oleh perseorangan atau rombongan ketempat-tempat suci, kemakam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan dengan tujuan untuk memperluas wawasan keagamaan dan lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT. Wisata religi ini banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan bathin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk tujuan memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.¹⁴

Wisata religi yang dimaksud yaitu lebih mengarah kepada wisata ziarah. Secara etimologi, ziarah berasal dari bahasa Arab yaitu *zaara*, *yazuuru*, *ziyarotan* yang berarti mengunjungi.¹⁵ Maksudnya ialah kegiatan wisata yang dilakukan dengan cara mengunjungi tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah dan mampu menghasilkan ibrah dari perjalanan tersebut dengan tujuan memperdalam khasanah wisatawan dengan berwisata religi.

Wisata religi yang dimaksud dalam penelitian ini lebih mengarah kepada wisata ziarah yang bertujuan untuk mengunjungi suatu tempat yang memiliki nilai sejarah keagamaan di Kabupaten Kampar. Antara lain seperti Masjid Jami' Air Tiris, Markaz Islami Kabupaten Kampar, dan Makam Datuk Tabano.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis memfokuskan penelitian ini kepada permasalahan “Bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan wisata religi di Kabupaten Kampar?”.

¹⁴ Nyoman S.Pendit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, 41.

¹⁵ Ahmad Warson Munawir, *Al-Munawwir: Kamus Arab – Indonesia*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 2007), 592.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mengangkat potensi wisata religi di Kabupaten Kampar.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan promosi wisata religi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sehingga dapat menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama.
- 2) Memperkaya khasanah Ilmu Manajemen Dakwah, khususnya yang berhubungan dengan promosi destinasi wisata religi.
- 3) Sebagai bahan bacaan bagi jurusan Manajemen Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk promosi wisata religi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, khususnya bagi para sarjana Islam, praktisi manajemen, dan kepariwisataan, masyarakat dan lembaga kepariwisataan dalam mengelola aktivitas dakwah dalam menerapkan nilai-nilai Islam di dunia pariwisata.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 3) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan program sarjana (S1) dan sebagai syarat memenuhi gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Konsentrasi Manajemen Travelling Haji, Umrah dan Wisata Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami serta menelaah penelitian ini maka penulis sendiri menyusun laporan penulisan ini dalam 3 (tiga) hal:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menguraikan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini penulis mengemukakan mengenai gambaran umum fokus penelitian yang berkaitan dengan subyek penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mengemukakan hal ini tentang hasil penelitian dan pembahasan

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansinya dengan judul diatas. Adapun penelitian tersebut antara lain:

Pertama, skripsi yang berjudul “*Strategi promosi wisata religi di Kabupaten Wonosobo (Studi kasus Diskriptif Kualitatif Tentang Strategi Promosi Wisata Religi di Kabupaten Wonosobo)*” oleh Na’imatul Faidah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi promosi wisata religi di Kabupaten Wonosobo dalam upaya mengangkat potensi wisata yang ada di Kabupaten Wonosobo dengan menggunakan menggunakan metode deksriptif kualitatif dan berdasar pada teori *integrated marketing communication*. Skripsi ini menyimpulkan bahwa Kantor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo menggunakan berbagai media dalam melakukan promosi dengan menggunakan strategi dorong dan tarik (*push and pull*).¹⁶

Adapun kesamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama berusaha membahas dan meneliti mengenai strategi promosi wisata religi. Sedangkan perbedaan antara skripsi Ni’matul Faidah dengan penelitian penulis ini adalah terletak pada objek dan subjeknya yang penulis membahas wisata religi di Kapubaten Kampar serta kerangka teori yang penulis gunakan dengan berdasarkan pada konsep Bauran Promosi.

Kedua, skripsi “*Strategi Promosi Wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung*” tahun 2013 karya Farida Robitho Widyasti dari Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi promosi wisata oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah raga Kabupaten Temanggung

¹⁶ Ni’matul Faidah, *Strategi promosi wisata religi di Kabupaten Wonosobo (Studi kasus Diskriptif Kualitatif Tentang Strategi Promosi Wisata Religi di Kabupaten Wonosobo)*, (Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), x.



serta faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat strategi promosi wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah raga Kabupaten Temanggung dengan menggunakan teori *integrated marketing communication*.¹⁷

Kesamaan penelitian Farida Robitho Widyasti dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi promosi wisata. Adapun perbedaan keduanya terletak pada subjek dan objeknya. Penulis melakukan penelitian mengenai wisata religi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sedangkan penelitian Farida membahas wisata secara umum di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Temanggung.

Ketiga, skripsi dengan judul “*Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*” karya Andi Nur Azakiyah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar tahun 2013. Skripsi dengan metode deskriptif kualitatif ini membahas tentang bagaimana strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di pantai bira Kabupaten Bulukumba dan faktor yang mempengaruhinya. Hasil dari skripsi ini ialah bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melaksanakan strategi promosi melalui seksi promosi dan stafnya dengan beberapa tahapan dan bentuk promosi seperti iklan, *public relations*, *sales promotion*, dan pameran.¹⁸

Kesamaan penelitian Andi dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas strategi promosi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Adapun perbedaan keduanya terletak pada subjek dan objek penelitian. Penulis membahas wisata religi di Kabupaten Kampar melalui Dinas

¹⁷ Farida Robitho Widyasti, *Strategi Promosi Wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung*, (Yogyakarta: Skripsi UNY, 2013), vii.

¹⁸ Andi Nur Azkiyah, *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2013), ix.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pariwisata dan Kebudayaan Kampar sedangkan Penelitian Andi memiliki subjek dan objek pada Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukamba.

B. Strategi Promosi

1. Pengertian Strategi

Dalam setiap aktivitas diperlukan strategi yang tepat agar program yang dijalankan tercapai. Strategi yang dijalankan untuk mencapai hasil yang maksimal biasanya berbeda untuk setiap perusahaan dalam melaksanakan program-programnya. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yang berarti “Kepemimpinan” (*leadership*). Strategi adalah keseluruhan upaya tindakan yang ditempa oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasarannya.¹⁹

Menurut *Webster's New World Dictionary*, yang dimaksud dengan strategi adalah Ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer berskala besar. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumberdaya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan. Sementara itu, Jack Trout dalam bukunya *Trout On Strategy*, inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama daripada menjadi yang lebih baik.²⁰

¹⁹ Winardi, *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), 46.

²⁰ Suyanto, *Marketing Strategy Top Bran Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengertian Promosi

Promosi atau komunikasi pemasaran merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Hasan, promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi menurut Indriyo Gitosudarmo, promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.²¹

Promosi merupakan fungsi pemasaran yang terfokus pada upaya untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target pelanggan atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi pertukaran antara perusahaan dan pelanggan. Kegiatan promosi yang ideal adalah mengintegrasikan semua elemen promosi untuk menciptakan dialog dan komunikasi interaktif secara konsisten antara perusahaan dengan pelanggan. Jadi dapat dikatakan bahwa promosi merupakan bantuan komunikasi pemasaran sebuah produk (baik barang, jasa, tempat, ataupun jenis produk yang lainnya) dengan pelanggan atau masyarakat.²²

3. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Agar promosi berjalan dengan baik, perusahaan harus menyusun strategi dalam memasarkan produknya. Menurut Kamus Bahasa Indonesia strategi adalah ilmu siasat perang, rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

²¹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pariwisata*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), 285.

²² Devi Novianti, "Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syeh Surgi Mufti", Dimuat dalam Jurnal Alhadharah, Vol. 17 No. 3, 2018, 98.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi promosi disusun berdasarkan pencapaian kesadaran atas keberadaan suatu produk atau jasa, menumbuhkan suatu keinginan untuk mendapatkan produk, sampai mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam kajian komunikasi dikenal dengan rumusan AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decisio, and Action*).²³ Strategi promosi merupakan upaya memahami karakteristik dan perilaku pelanggan. Penyaluran informasi adalah tujuan utama dari komunikasi, tetapi interpretasi bagi komunikator merupakan permasalahan dasar dalam kegiatan ini.

Strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan upaya organisasi kepada pelanggan dan sasaran lainnya. Strategi promosi mengkombinasikan periklanan, penjualan personal. Promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung dalam suatu program dan koordinasi untuk berkomunikasi dengan pembeli dan pihak lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.²⁴

4. Tujuan Promosi

Ada beberapa tujuan dilakukannya promosi, menurut Basu swastha dan Irwan tujuan promosi antara lainnya.²⁵

a. Modifikasi Tingkah Laku

Promosi berusaha untuk merubah tingkah laku dan pendapat serta menciptakan kesan baik tentang dirinya (promosi kelembagaan) atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.

b. Memberitahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informative penting untuk memperkenalkan produk tersebut dan memanfaatkannya sehingga dapat membantu konsumen dalam pengambilan keputusan.

²³ Soemanagara, *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 5.

²⁴ Lingga Purnama. *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2004), 15.

²⁵ Basu Swastha dan Irwawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 353-355.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Membujuk

Promosi yang bersifat persuasive diarahkan untuk mendorong pembelian dan menciptakan kesan positif, hal ini dimaksud agar mempengaruhi konsumen untuk membeli produk maupun jasa

d. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan produk.

5. Media Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan kombinasi antara variabel-variabel yang ada didalam bauran suatu promosi, kondisi ini dinamakan media promosi (*promotion mix*). Menurut Kotler & Armstrong variabel-variabel yang ada dalam *promosion mix* terbagi menjadi lima yaitu:²⁶

a. Periklanan (*advertising*)

Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa. Periklanan merupakan promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditunjukan untuk merangsang pembelian.²⁷

b. Penjualan Personal (*personal selling*)

Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam percakapan dengan calon pembeli untuk merangsang pembelian.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya.

²⁶ Herlambang Susanto, *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Puplicing, 2014), 57-88.

²⁷ Janri D Manafe dkk, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya*”, Dimuat dalam Jurnal Bisnis Vol. 7, No. 1 Juni, 2016, 105.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Hubungan masyarakat

Saluran promosi berupa hubungan masyarakat (*public relation*) adalah bentuk komunikasi non-personal yang bertujuan untuk menciptakan citra baik sebuah destinasi dan mengubah opini publik secara luas.

e. Pemasaran langsung (*direct Marketing*)

Komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung.

6. Sasaran Promosi

Sasaran adalah sekelompok orang (subjek) yang menjadi target komunikasi oleh suatu organisasi karena pihak tersebut dianggap memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Onong Uchjana Effendy menyebutkan bahwa sasaran promosi meliputi dua hal yaitu:²⁸

a. Publik *Intern*

Semua orang yang bekerja kepada organisasi, beberapa diantaranya adalah pegawai dari tingkatan paling atas sampai tingkat terendah, para pemegang saham dan serikat kerja.

b. Publik *Ekstern*

Orang-orang diluar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi.

C. Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Bauran pemasaran sering merupakan salah satu upaya yang dilakukan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas promosinya. Bauran promosi sangat membantu suatu organisasi dalam membentuk dan membangun *brand awareness* yang positif di mata konsumen. Bauran promosi adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar. Bauran promosi merupakan suatu strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992), 10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

elemen di dalam *promotion mix* itu sendiri yang dilakukan secara terpadu. Sofjan Assauri mendefinisikan bauran promosi sebagai kombinasi variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.²⁹

Dalam menjalankan fungsi bisnisnya, suatu perusahaan harus mampu mengkoordinasikan upaya pemasaran dan promosi agar dapat memberikan citra yang konsisten kepada konsumen. Saat perusahaan mulai bergerak menuju sistem tersebut itulah yang dikenal dengan bauran promosi (*marketing mix*). Jadi, bauran promosi terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarnya.

Berdasarkan konsep bauran promosi, promosi terbagi menjadi dua kelompok yakni:³⁰

1. Pemasaran langsung (*offline*), yaitu komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara tatap muka dan kontak langsung.
2. Pemasaran tidak langsung (*online*), yaitu dilakukan melalui sistem computer online interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik. Pemasaran *online* dilakukan melalui layanan online komersial, internet, sosial media, dan perdagangan elektronik.

Menurut Fandy Tjiptono, berikut adalah macam-macam upaya promosi wisata berdasarkan konsep bauran pemasaran antara lain:³¹

1. Promosi langsung (sosial)

Promosi ini disampaikan langsung kepada sasaran tetapi tergantung dari tujuan dan anggaran yang dimiliki. Promosi semacam ini berbentuk leaflet, brosur, dan pameran. Promosi langsung merupakan bentuk promosi

²⁹ Husni Muharram Ritonga dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Medan, CV. Andalan Bintang Ghanim, 2018), 113.

³⁰ Husni Muharram Ritonga, *Manajemen Pemasaran*, 154.

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 233.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dilakukan secara langsung dan terang-terangan. Strategi promosi langsung menjadi suatu unsur yang efektif dalam melakukan aktivitas promosi. Strategi ini memiliki tiga ciri khusus, yaitu:³²

- a. Konfrontasi personal; maksudnya ialah promosi langsung mencakup hubungan yang luas, langsung, dan interaktif antara dua pihak dengan lebih dekat.
- b. Mempererat; maksudnya ialah promosi langsung memungkinkan timbulnya berbagai hubungan mulai dengan hubungan pemasaran sampai hubungan sosial.
- c. Tanggapan; maksudnya ialah promosi langsung membuat sasaran promosi merasa berkewajiban untuk mendengarkan dan menanggapi interaksi yang dilakukan oleh pelaku promosi.

Secara umum, tujuan dari strategi promosi langsung ialah untuk menyebarkan seluk-beluk informasi suatu perusahaan kepada masyarakat luas, upaya peningkatan penjualan, agar *brand* semakin dikenal, dan untuk menyebarkan kelebihan *brand* tersebut dibanding *brand* sejenis lainnya.³³ Dalam kaitannya dengan kepariwisataan, strategi promosi langsung dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas relasi dengan masyarakat sebagai pengunjung wisata
 - b. Mempertahankan pengunjung
 - c. Memicu ketertarikan pengunjung terhadap objek wisata
 - d. Mengajak kembali masyarakat yang untuk mengunjungi tempat wisata
2. Promosi Media Massa

Promosi ini memanfaatkan media massa untuk menyampaikan pesan ke khalayak juga ke wisatawan potensial. Media massa merupakan salah satu sarana yang efektif untuk berkomunikasi atau menyampaikan

³² Heri Setiawan dan Jusmawi Bustan, *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Pemasaran Lansung Terhadap Kunjungan Wisatawan*, dimuat dalam Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, Vol. 3, No. 1, 2017, 4.

³³ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 95.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

suatu berita pada banyak orang dalam waktu yang singkat.³⁴ Promosi media massa dilakukan melalui majalah, poster, radio, bioskop dan televisi. Strategi promosi melalui media massa merupakan bentuk promosi *non-personal* dengan menggunakan berbagai media perantara untuk merangsang sasaran promosi.³⁵

Strategi promosi media massa dapat dilakukan dengan melibatkan dua media, yaitu:³⁶

a. Media Cetak

Media cetak adalah media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto dalam tata warna dan halaman hitam putih. Fungsi utama media cetak adalah memberi informasi dan menarik masyarakat.

b. Media Elektronik

Media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromagnetis bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Ini dari jenis media massa ini umumnya disebarluaskan melalui suara (radio) atau gambar dan suara (audio-visual) yang diwakili oleh media televisi.

3. Promosi Media Sosial

Promosi ini memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan berupa akses komunikasi kepada masyarakat luas yang dapat dilakukan dengan media sosial. Seperti pemberian informasi dari instagram, youtube, facebook, twitter, dan media platform lainnya. Strategi promosi melalui media sosial dapat dilakukan dengan empat cara yaitu:³⁷

a. Menciptakan kehadiran online elektronik; Cara ini bisa dilakukan dengan menciptakan kehadiran pada media sosial secara umum. Bisa

³⁴ Sri Widyastuti, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta Selatan: FEB-UP Press, 2017), 308.

³⁵ Janri D. Manafe, dkk, *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni, dan Budaya*, dimuat dalam *Jurnal Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2016, 105.

³⁶ Yuanitha Octaviani dan Siti Sofro, *Strategi Promosi Pariwisata Pekanbaru*, dimuat dalam *Jurnal FISIP UR*, www.repository.unri.ac.id, akses 19 Januari 2022.

³⁷ Onny Fitriana dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: UHAMKA Press, 2017), 101-106.

dengan cara komersial atau bahkan bisa dengan memanfaatkan media sosial secara gratis. Arah yang dimaksud pada cara yang pertama ini ialah dengan membuat akun media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *blog*, *domain website*, dan *channel* media sosial lainnya

- b. Menempatkan iklan *online*; Iklan *online* merupakan iklan yang muncul ketika para pelanggan menjelajahi layanan *online* atau situs internet, yang meliputi papan iklan, jendela *pop-up*, dan akses iklan lainnya. Penayangan iklan *online* merupakan suatu aktivitas promosi yang menjanjikan karena semakin meningkatnya aktivitas manusia dalam mengakses dunia *online*.
- c. Berpartisipasi dalam forum, kelompok berita, dan masyarakat media sosial; Cara ini dimaksudkan untuk suatu individu atau organisasi untuk berpartisipasi, mendukung, dan mensponsori berbagai forum internet, buletin *online* yang menarik bagi kelompok yang memiliki minat khusus.
- d. Menggunakan email dan *broadcasting*; Cara keempat ini bertujuan untuk mengirimkan pesan secara luas yang dilakukan dengan menggunakan email dan sistem *broadcast*. Cara ini bertujuan untuk menyebarkan informasi yang menyasar kepada sasaran masyarakat secara luas.

Kehadiran media sosial ini merupakan strategi promosi yang tepat dan efektif terutama bila dikaitkan dengan masa pembatasan sosial akibat pandemi covid-19. Diantara manfaat dari strategi promosi media sosial ini ialah sebagai berikut:

- a. Tidak terbatas oleh waktu dan bisa diakses 24 jam.
- b. Jangkauan pasar yang luas (antar wilayah, antar daerah, antar negara).
- c. Meminimalisir anggaran biaya promosi pemasaran, karena tidak perlu membuat outlet promosi secara fisik dan juga tidak perlu mencetak brosur, spanduk, dan lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Menjalin komunikasi interaktif melalui *chat*. Hubungan komunikasi antara penjual dan pembeli bisa terbangun dengan memanfaatkan ruang diskusi *chatting* dan email.
- e. Memiliki nilai lebih dalam persaingan.³⁸

D. Wisata Religi

1. Pengertian Wisata

Wisata atau pariwisata dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dalam bentuk perjalanan atau persinggahan dengan maksud tertentu dan bukan untuk tinggal menetap. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daerah tujuan wisata yang juga disebut destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang berbeda dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Maka dari itu unsur yang membedakan perjalanan wisata dengan perjalanan lainnya terletak pada tujuan perjalanan tersebut.

Menurut Cooper dkk, kerangka yang menjadi unsur-unsur dalam pariwisata adalah sebagai berikut³⁹:

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikandan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan / *artificial*.
- b. Aksesibilitas (*Accessability*) yang mencakup kemudahan sarana dan system transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

³⁸ Onny Fitriana dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, 108.

³⁹ Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), 159.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara umum, 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. Pengertian Wisata Religi

Wisata religi adalah perjalanan yang dilakukan untuk meningkatkan amalan agama sehingga strategi dakwah yang diinginkan akan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Wisata religi sebagai bagian aktivitas dakwah harus mampu menawarkan wisata baik pada objek dan daya tarik wisata (ODTW) bernuansa agama maupun umum, mampu menggugah kesadaran masyarakat akan ke Maha Kuasaan Allah SWT dan kesadaran agama.

Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.⁴⁰

Wisata religi merupakan salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religius atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ketempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan. Kelebihan ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan lembaga mengenai tempat tersebut. Wisata religi ini banyak dihubungkan dengan niat dan tujuan sang wisatawan untuk memperoleh berkah ibrah, tausiah dan hikamah dalam kehidupannya. Tetapi tidak jarang pula untuk tujuan tertentu seperti untuk mendapat restu, kekuatan bati, keteguhan iman bahkan kekayaan berlimpah.⁴¹

⁴⁰ Nyoman S. Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, (Jakarta: PT Pradnyama Paramita, 1994), 46.

⁴¹ Moch Chotib, *Wisata Religi di Kabupaten Jember*, Fenomena, Volume 14 No. 2, (Jember, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2015), 412.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam kaitannya dengan ajaran Islam, wisata atau melakukan kegiatan wisata religi disebutkan dalam Al-Qur'an dengan istilah *al-saihun* (wisatawan). Bahkan *al-saihun* (wisatawan) yang melakukan perjalanan dalam rangka memperoleh ibrah (pelajaran dan pengajaran) dipuji oleh Al-Qur'an beriringan dengan pujian yang diperoleh orang-orang yang bertaubat, mengabdikan memuji Allah, ruku', sujud, memerintahkan pada kebaikan dan mencegah kemungkaran serta ketetapan-ketetapan Allah SWT.⁴² Hal tersebut termaktub dalam Surah At-Taubah ayat 112 yang berbunyi:

التَّائِبُونَ الْعَبِيدُونَ الْحَمِيدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴿١١٢﴾

Artinya: "Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu"⁴³

Berdasarkan uraian diatas, dipahami bahwa wisata religi merupakan suatu bentuk perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan aspek spiritual seseorang, agar jiwa yang kering kembali terbasahi oleh hikmah-hikmah religi. Obyek wisata religi mempunyai cakupan yang luas, yakni meliputi setiap tempat yang bias menggairahkan cita rasa ke religiusitas yang bersangkutan, obyek wisata religi menekankan pada keunikan, keindahan dan nilai religi. Seperti mengunjungi masjid, penginggalan bangunan bersejarah yang bernilai religi, ziarah dan lain-lain.

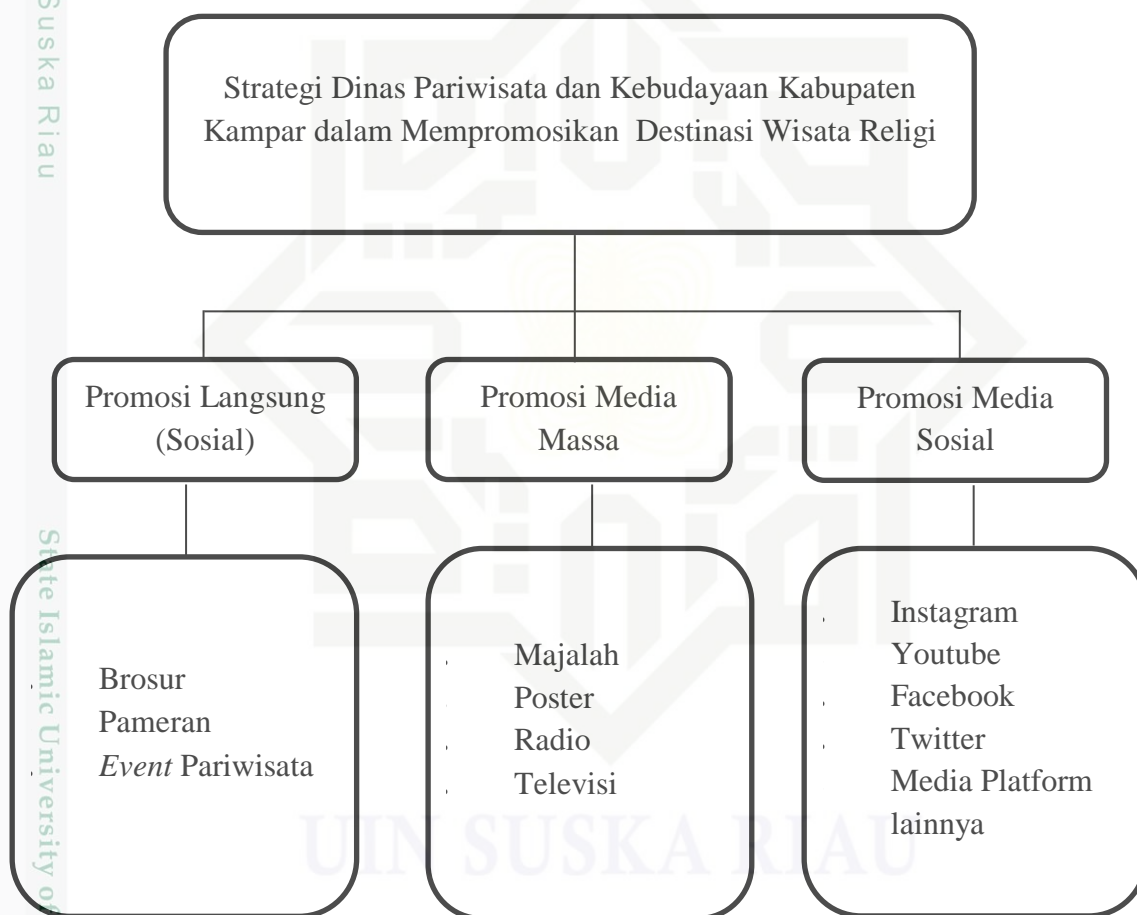
⁴² Moch. Chatib, *Potensi Pengembangan Wisata Religi di Kabupaten Jember*, (Jember, IAIN Jember Press, 2015), 27.

⁴³ Q.S. At-Taubah (9) : 112.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana suatu teori berdiplomasi dengan berbagai faktor yang telah di ketahui sebagai masalah yang penting.⁴⁴ Berikut dibawah ini adalah model alur kerangka pemikiran yang peneliti hendak jelaskan dalam penelitian, yaitu :

Gambar II.1 Kerangka Berpikir



⁴⁴ Sugiyono, *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV Alfabeta, 2013), 60.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis deskriptif, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu.⁴⁵

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

C. Sumber Data

Data adalah merupakan rekaman atau gambaran atau keterangan suatu hal atau fakta.⁴⁶ Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian, maka sumber data yang dipakai, yaitu

1. Data Primer, sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber penelitiannya.⁴⁷
2. Data Sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui informasi dari instansi terkait, buku-buku, media-media, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini.

⁴⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2007), 68.

⁴⁶ Jusuf Seowadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 145.

⁴⁷ Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), 84-85.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah narasumber yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.⁴⁸ Informan dalam penelitian ini meliputi semua pihak yang terkait dengan permasalahan tentang strategi promosi wisata religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan ciri-ciri khusus dan karakteristik yang sesuai dengan permasalahan penelitian.

Adapun informan dalam penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar ini meliputi:

1. David Hendra Nst, S.Pi selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata
2. Sarkawi, S.Pd, M.M selaku Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata
3. Erma Yuni, S.H selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode ilmiah yang biasa diartikan sebagai pengamatan dan mencatat dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.⁴⁹ Observasi ini juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen berupa buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal dan sebagainya.

Observasi yang dilakukan peneliti disini untuk mendapatkan data yang dianggap penting guna mendapatkan data penelitian secara umum. Melalui teknik pengumpulan data berupa observasi, peneliti memperoleh gambaran dari objek penelitian yang diteliti terutama terkait permasalahan strategi promosi wisata religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

⁴⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, 76.

⁴⁹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi Offset,1993), 136.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara

Teknik wawancara yaitu suatu pengumpulan data dengan cara Tanya Jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.⁵⁰ Dari wawancara ini peneliti dapat memperoleh informasi data tentang masalah yang diteliti secara akurat. Dalam penelitian ini, proses *interview* (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kampar.

Melalui teknik ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan secara langsung, terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan. Meskipun demikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya *privasi* atau rahasia dan penulis tidak boleh untuk memaksa hal tersebut. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara yang terstruktur. Maksudnya adalah proses wawancara dilakukan secara terencana dengan pedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum melakukan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.⁵¹ Teknik dokumentasi yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa statistic, agenda kegiatan, produk keputusan atau kebijakan, sejarah dan hal lainnya yang terkait dengan penelitian. Data yang bersifat dokumen itu terutama lebih difokuskan pada masalah penelitian, diantaranya mengenai sejarah kelembagaan, daerah penyebaran, kewilayahan, kependudukan, agama dan hal-hal lain yang berkaitan dengan objek penelitian.⁵²

⁵⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, 192.

⁵¹ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 231.

⁵² Mahi M. Hikman, *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 83.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Validasi Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering ditekankan pada uji validitas dan reabilitas data. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti secara *real* dan nyata.⁵³

Selanjutnya untuk menjaga keabsahan data dan hasil penelitian kualitatif, digunakan uji validitas data dengan menggunakan model triangulasi metode. Triangulasi dapat memanfaatkan peneliti, sumber data, metode dan teori. Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan penelitian menggunakan Triangulasi metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode wawancara sama dengan metode observasi atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika diwawancarai dan saat melihat dokumentasi yang ada.⁵⁴

Empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan metode-metode penyidik dan teori. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif, adapun untuk mencapai kepercayaan itu, maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dilakukan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 119.

⁵⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, 257.



Jadi setelah penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian data hasil penelitian itu digabungkan sehingga saling melengkapi sehingga mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis dan selanjutnya dilakukan analisis untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan.

G. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁵⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu data analisa dengan menggambarkan atau memaparkan fenomena-fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian data tersebut dianalisis dan memperoleh kesimpulan.

Milea dan Huberman mengemukakan ada tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:⁵⁶

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting dan mencari tema serta polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang dipandang asing, tidak dikenal, dan memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian kualitatif bertujuan mencari pola dan makna yang tersembunyi dibalik pola dan data yang tampak.

2. Paparan Data

Pemamparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, 88.

⁵⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 210-212.

3. Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan hasil peneitian yang menjawab focus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR

A. Sejarah Singkat

Kabupaten Kampar merupakan tempat yang memiliki dan kaya akan obyek wisata. Mulai dari objek wisata alami, buatan, bahkan sampai peninggalan sejarah yang kental akan nilai budaya dan religi. Oleh karena itu pembangunan pariwisata di Kabupaten Kampar telah menjadi bagian integral dari pembangunan untuk memacu pembangunan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat. Mengingat potensi pariwisata Kabupaten Kampar sangat besar, pembangunan pariwisata dapat dikembangkan melalui jasa wisata yang memberikan jaminan bagi terciptanya kesejahteraan masyarakat bidang usaha pariwisata.

Kabupaten Kampar juga merupakan negeri yang dikenal akan budaya agamisnya. Karakteristik Kabupaten Kampar familiar dengan karakter yang terbuka, toleran dan moderat. Maka dari itu merupakan suatu hal yang wajar untuk merumuskan visi daerah dengan menempatkan masalah pembangunan karakter, moral, dan akhlak sebagai jiwa dan ruh yang mengarah pembangunan daerah ini kedepannya.

Upaya terwujudnya penyelenggaraan tersebut, maka berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 06 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar dibentuklah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. Satuan inilah yang menjadi instrumen pemerintahan dengan tugas pokok mengurus dan mengelola berbagai jenis wisata yang terdapat di Kabupaten Kampar. Bukan hanya hal tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengemban tanggung jawab untuk mengoptimalkan potensi wisata Kabupaten Kampar sejalan dengan upaya peningkatan pembangunan daerah di Kabupaten Kampar

Selanjutnya melalui keputusan Kepala Lembaga Administrasi Negara (LAN) Nomor, 239/IX/6/8/2003 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Sistem

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (AKIP), dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar berkewajiban menyusun Rencana Strategis (Renstra) untuk mengukur kinerja dinas sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas guna dijadikan evaluasi oleh atasan. Dengan memperhitungkan potensi kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan yang ada atau mungkin timbul. Rencana Strategi mengandung Visi, Misi Tujuan dan Sasaran, cara pencapaian sasaran yang meliputi kebijakan, program dan kegiatan yang realistis dengan memperhitungkan perkembangan di masa depan dalam menunjang peningkatan dan pengembangan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Kampar.⁵⁷

B. Visi

Visi merupakan cara pandang jauh kedepan yang merupakan gambaran citra, nilai, arah dan tujuan yang akan menjadi pemandu dalam mencapai masa depan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar secara konsisten, realistis, produktif serta kreatif dalam melaksanakan program. Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar mengacu pada Visi Kabupaten Kampar, RPJP, RPJM serta Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebelumnya. Adapun Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagai berikut:

“Menjadi institusi yang handal dalam meningkatkan kunjungan wisata dan prestasi pemuda dan olahraga dalam lingkungan masyarakat yang berbudaya dan agamis”

C. Misi

Guna merealisasikan Visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar seperti tersebut di atas, dikembangkan misi organisasi yang harus dipahami oleh seluruh *stakeholders*. Penguraian visi kepada beberapa misi ini bersifat urgensial karena pengelolaan wisata religi di Kabupaten merupakan tanggung jawab bersama segenap komponen sesuai

⁵⁷ Dokumentasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar, Juni 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan proporsinya. Adapaun misi yang diusung oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mengelola dan mengembangkan wisata Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Sumbert Daya Manusia yang professional dalam bidang pariwisata dan kebudayaan.
- b. Meningkatkan sarana dan prasarana serta peran serta stakeholder dalam pengembangan pariwisata dan kebudayaan.
- c. Mewujudkan pembinaan dan pengembangan kelembagaan bidang pariwisata dan kebudayaan.

D. Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

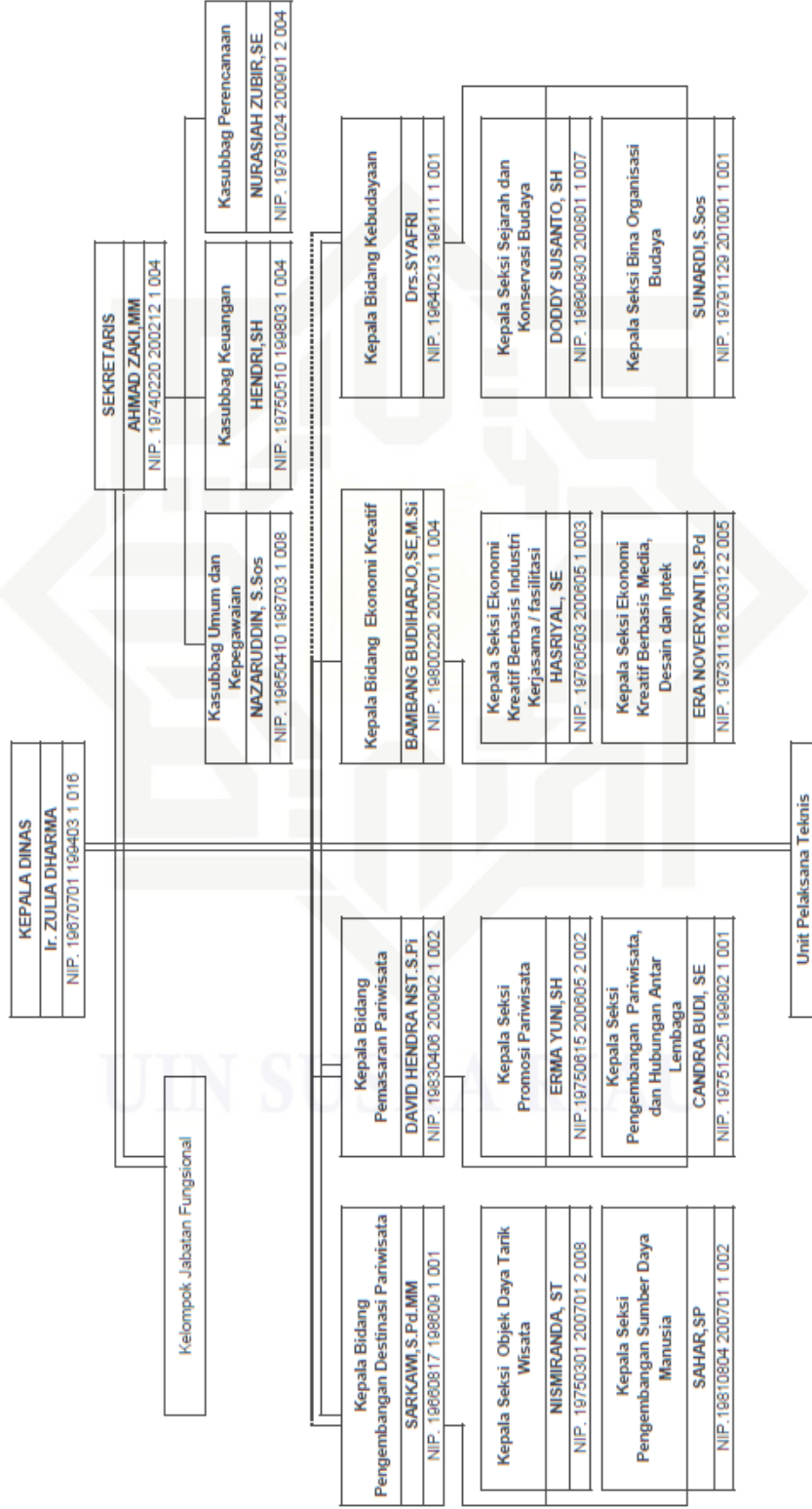
Kedudukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagai satuan kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar dalam uraian berikut:

1. Dinas merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah bidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan
2. Dinas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.
3. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:
 - a. Perumusan kebijakan teknis bidang Pariwisata dan Kebudayaan.
 - b. Pelaksanaan kebijakan teknis bidang Pariwisata dan Kebudayaan.
 - c. Pelaksana administrasi bidang Pariwisata dan Kebudayaan.
 - d. Pelaksana fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.



E. Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Gambar III.1 Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Uraian Tugas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

1. Kepala Dinas

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang mempunyai tugas memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan urusan Pemerintah Kabupaten di bidang Pariwisata dan Kebudayaan berdasarkan asas otonomi yang menjadi kewenangan, tugas dekosentrasi dan pembantuan serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Sekretaris

Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan urusan kepegawaian, surat menyurat, perlengkapan rumah tangga, destinasi keuangan, perencanaan serta memberikan pelayanan administrasi kepada semua bidang dan unit pelaksana teknis dinas di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

3. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas menyiapkan dan memberikan pelayanan dalam urusan surat menyurat, tata naskah dinas, kearsipan, perlengkapan rumah tangga, keprotokolan serta pelayanan umum, sedangkan kepegawaian menyiapkan bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai, pengembangan pegawai, mutasi promosi dan tata usaha kepegawaian, pengembangan dan pembinaan organisasi dan tata laksana di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

4. Sub Bagian Keuangan

Kasubbag keuangan mempunyai tugas menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran pendapatan dan belanja dinas, pembukuan, perhitungan anggaran, verifikasi, dan pembendaharaan serta pengelolaan dan administrasi keuangan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Sub Bagian Perencanaan

Kasubbag perencanaan mempunyai tugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penganalisaan, monitoring penyiapan dan penyajian bahan koordinasi, perumusan, penyusunan kebijakan, rencana program serta melaksanakan monitoring, evaluasi dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan.

6. Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Wisata

Kepala bidang pengembangan destinasi wisata mempunyai tugas melakukan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan kerjasama pengembangan sumber daya wisata, alam dan budaya.

7. Kepala Bidang Pemasaran Wisata

Kepala bidang pemasaran wisata mempunyai tugas mempersiapkan perumusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi pengembangan promosi pariwisata, pengadaan sarana promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata.

8. Kepala Seksi Objek Daya Tarik Wisata

Kepala seksi objek daya tarik wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan koordinasi dengan Kecamatan untuk standarisasi, kriteria, prosedur, dan bimbingan teknis di bidang Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).

9. Kepala Seksi Promosi Wisata

Kepala seksi objek daya tarik wisata mempunyai tugas mempersiapkan pelaksanaan promosi pariwisata pada lingkup segmen pasar dalam dan luar negeri sesuai dengan kriteria dan prosedur dalam rangka pengembangan pasar pariwisata.

10. Kepala Seksi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kepala seksi pengembangan sumber daya manusia mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan koordinasi dengan Kecamatan serta pelaku usaha pariwisata dalam rumusan kebijakan standar, kriteria, prosedur dan pengembangan sumber daya manusia baik Pemerintah maupun Swasta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Kepala Seksi Pengembangan Pariwisata, dan Hubungan Antar Lembaga

Kepala seksi ini mempunyai tugas mempersiapkan, mengumpulkan dan mengolah data bahan-bahan informasi pariwisata sebagai bahan pengembangan pariwisata dan bahan koordinasi promosi dan pemasaran, pengkajian, analisis dan merumuskan strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata.

12. Kepala Bidang Ekonomi Kreatif

Kepala seksi pengembangan sumber daya manusia mempunyai tugas perumusan standar kebijakan di bidang ekonomi kreatif berbasis media, desain, iptek, seni, budaya dan pengembangan serta fasilitasi sumber daya alam, manusia, dan budaya.

13. Kepala Bidang Kebudayaan

Kepala seksi pengembangan sumber daya manusia mempunyai tugas membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

14. Kepala Seksi Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Kerjasama/Fasilitas

Kepala seksi ini mempunyai tugas menyiapkan bahan rumusan standra, norma dan kriteria serta memberikan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang industri kerjasama/fasilitas.

15. Kepala Bidang Kebudayaan

Kepala bidang kebudayaan mempunyai tugas membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan di lingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar.

16. Kepala Seksi Sejarah dan Konservasi Budaya

Kepala seksi ini mempunyai tugas membantu pimpinan dalam kegiatan sejarah dan konservasi budaya.

17. Kepala Seksi Bina Organisasi Budaya

Kepala seksi ini mempunyai tugas membantu pimpinan dalam kegiatan bina organisasi budaya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi destinasi wisata religi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dilakukan dengan beberapa bentuk, yaitu: *pertama*, strategi promosi langsung yang melibatkan pelaksanaan acara di tempat wisata, pelaksanaan Kampar Expo, partisipasi dalam Riau Expo dan Pesona Indonesia, pemberian brosur dengan memanfaatkan kegiatan sosialisasi dan interaksi langsung dengan masyarakat luas, dan bekerja sama dengan Komunitas Mancing Mania, Komunitas Kijang Tua, Bujang Dara Kampar, dan Kelompok Sadar Wisata. *Kedua*, strategi promosi media massa yang dilakukan dengan menggunakan media cetak (Majalah Jelajah Kampar dan Koran Riau Pos) serta media elektronik (RRI, RDPK, TVRI dan RTV). Dalam pelaksanaan strategi kedua ini membutuhkan pertimbangan pendanaan yang baik. *Ketiga*, strategi promosi media sosial yang dilakukan dengan pengelolaan *website*, akun Instagram, Facebook, *channel* Youtube, layanan komunikasi *online*, serta pengadaan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan sumber daya demi melaksanakan strategi promosi media sosial yang berkualitas. Diantara ketiga bentuk strategi promosi tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sangat fokus dalam strategi promosi media sosial. Hal ini dilakukan sebagai bentuk adaptasi di masa pandemi, media sosial yang mengatasi pengeluaran dana besar, manfaat besar dalam media sosial, dan upaya untuk tetap menunjukkan eksistensi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar seiring dengan perkembangan zaman.

B. Saran

Bertolak dari penelitian ini, penulis mempunyai beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan acuan, diantaranya ialah:

1. Dari hasil hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi, masukan bagi pengembangan studi pada jurusan Manajemen Dakwah dan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis.
2. Ketiga strategi yang ada tersebut harus selalu dievaluasi dan ditingkatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampar dalam Pengelolaannya. Mengingat setiap strategi mempunyai nilai lebihnya masing-masing.
3. Diharapkan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar agar dapat lebih intens lagi dalam menjalin hubungan dan kerjasama dengan berbagai media terutama media yang berpengaruh langsung dalam promosi media masa.
4. Guna menunjang keefektifan dan keberhasilan program, Dinas Pariwisata dapat menjalin kerja sama dengan instansi atau pihak-pihak lain.
5. Selain pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusia, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dapat menambah sumber daya manusia yang lebih *fresh* dan memiliki kemampuan dalam pengelolaan media sosial. Hal tersebut tentu akan sangat membantu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam pelaksanaan strategi promosinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Ahmad Warson Munawir. 2007. *Al-Munawwir: Kamus Arab – Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Andi Nur Azkiyah. 2013. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Bambang Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modren*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Burhan Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Devi Novianti. 2018. *Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syeh Surgi Mufti*. Dimuat dalam Jurnal Alhadharah, Vol 17, No 3.
- Fandy Tjibtono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Farida Robitho Widyasti. 2013. *Strategi Promosi Wisata pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Temanggung*. Yogyakarta: Skripsi UNY.
- Gamal Suantoro. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Heri Setiawan dan Jusmawi Bustan. 2017. *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Pemasaran Lansung Terhadap Kunjungan Wisatawan*. Dimuat dalam Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, Vol. 3, No. 1.
- Herlambang Susanto. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen PUBLISHING.
- Husni Muharram Ritonga dkk. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Medan, CV. Andalan Bintang Ghanim.
- Imam Gunawan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pariwisata*. Yogyakarta: BPFE.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ismail Solihin. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Janri D Manafe dkk. 2016. *Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya*, Dimuat dalam Jurnal Bisnis Vol. 7, No 1.
- Jusuf Seowadji. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lingga Purnama. 2004. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Mahi M. Hikman. 2014. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moch. Chatib. 2015. *Potensi Pengembangan Wisata Religi di Kabupaten Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- _____. 2015. *Wisata Religi di Kabupaten Jember*. Dimuat dalam Jurnal Fenomena, Volume 14 No. 2.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ni'matul Faidah. 2017. *Strategi Promosi Wisata Religi di Kabupaten Wonosobo*. Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nyoman S. Pendit. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnyama Paramita.
- Onny Fitriana dan Novelia Utami. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran* Jakarta: UHAMKA Press.
- Onong Uchjana Effendy. 1992. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmayanis dkk. 2016. *Estetika Ornamen Masjid Jami' Air Tiris Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Dimuat dalam Jurnal Pengkajian dan Penciptaan Seni Volume 3, No. 2.
- Soemanagara. 2006. *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.
- Sri Widyastuti. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiyono. 2013. *Motode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Suharsimi dan Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sumadi Suryabrata. 1995. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sutrisno Hadi. 1993. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.

Suyanto. 2007. *Marketing Strategy Top Bran Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Winardi. 1989. *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju.

B. Internet/Website

Jari Jemari Riau. Diakses dari laman <https://jemari.riau.go.id/objek-wisata/makam-datul-tabano> pada tanggal 23 Agustus 2021.

Kusnadi, "Pemkab Kampar Jadikan Islamic Center Wisata Religius", diakses dari laman <https://infopublik.id/read/pemkab-kampar-jadikan-islamic-center-wisata-religius-.html> tanggal 23 Agustus 2021.

Windi Destiana Putri. "Pemerintah Serius Garap Wisata Religi untuk Meningkatkan Keimanan". diakses dari laman <http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/travelling/16/02/22/o2xyz-kemenpar-serius-garap-wisata-religi-untuk-meningkatkan-keimanan> pada tanggal 23 Agustus 2021.

Wikipedia. Diakses dari laman <http://id.m.wikipedia.org/wiki/.KabupatenKampar> pada tanggal 1 Agustus 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

STRATEGI PROMOSI WISATA RELIGI OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR

A. Strategi Promosi Lansung

2. Bagaimanakah strategi promosi lansung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam mempromosikan wisata religi di Kabupaten Kampar seperti Masjid Jami' Air Tiris, Masjid Al-Ihsan Markaz Islami, ataupun Makam Datuk Tabano?
3. Media apa saja yang digunakan dalam strategi promosi lansung?
4. Siapa saja yang terlibat dalam strategi promosi lansung?
5. Apakah ada pengaruh strategi promosi lansung yang telah dilakukan terhadap peningkatan jumlah pengunjung?
6. Apakah ada kendala yang dihadapi di lapangan ketika melakukan strategi promosi lansung?
7. Bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampar merespon kendala yang dihadapi dalam strategi promosi lansung?

B. Strategi Promosi Media Massa

1. Bagaimanakah strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melalui media massa untuk mempromosikan wisata religi di Kabupaten Kampar?
2. Siapa saja yang terlibat dalam strategi promosi media massa?
3. Apakah ada pengaruh strategi promosi media massa yang telah dilakukan terhadap peningkatan jumlah pengunjung?
4. Apakah ada kendala yang dihadapi di lapangan ketika melakukan strategi promosi media massa?
5. Bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampar merespon kendala yang dihadapi dalam strategi promosi media massa?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Strategi Promosi Media Sosial

1. Bagaimanakah strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar melalui media sosial untuk mempromosikan wisata religi di Kabupaten Kampar?
2. Siapa saja yang terlibat dalam strategi promosi media sosial?
3. Apakah ada pengaruh strategi promosi media sosial yang telah dilakukan terhadap peningkatan jumlah pengunjung?
4. Apakah ada kendala yang dihadapi di lapangan ketika melakukan strategi promosi media massa?
5. Bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kampar merespon kendala yang dihadapi dalam strategi promosi media sosial?

LAMPIRAN II

DOKUMENTASI



Proses wawancara dengan Bapak Sarkawi selaku Kepala Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata



Proses wawancara dengan Ibu Erma Yuni selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Proses wawancara dengan Bapak David Hendra selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata





Agenda ziarah kubur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar



Masjid Jami' Air Tiris

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Koordinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dengan pemerintah setempat di lingkungan tempat wisata



Koordinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dengan pengelola tempat wisata

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Ceramah Ustad Abdul Somad di Masjid Al-Ihsan Markaz Islami Kabupaten Kampar



JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL
<ul style="list-style-type: none"> - Festival Milad Istana Gunung Sahilan 20 JANUARI 2019 ISTANA GUNUNG SAHLAN REC.COMING SINGEL 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampar Art Carnaval TALAN BANGSA BAKI JADI KAMPAR KAMPAR KE 61 04 FEBRUARI 2019 TAMAN WISATA BANGKAWANG - Festival Hammock Siak Hulu 26 FEBRUARI 2019 BANGSA PALATSI BELIAN CINA 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampar Kreatif Festival 09 MARET 2019 BALAI PERMUDA MAHMUD WALIZAH JL. PROF. DR. SAMAN SH. BANGKAWANG - Subayang Festival 26-29 MARET 2019 SUNGAI SUBAYANG DESA TERESA REC.KAMPAR HIR NULO 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemilihan Bujang Dara Kampar 13 APRIL 2019 LIPUTAN PELALAU BANGKAWANG - Toeroba Festival 20-22 APRIL 2019 DESA KUBRO REC.KAMPAR HIR - Tabung Heritage Festival 28 APRIL 2019 DESA PETAHARA REC.TAMPING
MEI	JUNI	JULI	AGUSTUS
<ul style="list-style-type: none"> - Balimau Kasai 09 MEI 2019 DESA BATEI BELAN BUKAMATAN KAMPAR - Festival Muara Takus 19 MEI 2019 SUNGAI MUKTI BANGKAWANG REC.KAMPAR HOTO KAMPAR - Mahligai Festival 26 MEI 2019 TEREMBAK TERPAH MAHLAGAI DESA PULAU CADANG REC.KAMPAR HOTO KAMPAR 	<ul style="list-style-type: none"> - Ziarah Kubur dan Hari Rejo Onam 12 JUNI 2019 BUKAMATAN BANGKAWANG - Galanai Puluk Festival 16 JUNI 2019 DESA POKTO MUKEL REC.KAMPAR HOTO KAMPAR - Festival Rantau Setinggai 20 JUNI 2019 DESA SUNGAI BANGKAWANG REC.KAMPAR HIR 	<ul style="list-style-type: none"> - Festival Danau Rusa 06-07 JULI 2019 DESA BATEI BELAN REC.KAMPAR HOTO KAMPAR - Kampar Weekend 13 JULI 2019 BALIKARAI KAMPAR PUNIA MITO PERABANG - Kampar Kreatif Festival 27 JULI 2019 BALAI PERMUDA MAHMUD WALIZAH JL. PROF. DR. SAMAN SH. BANGKAWANG 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampar Kreatif Festival 17 AGUSTUS 2019 BALAI PERMUDA MAHMUD WALIZAH JL. PROF. DR. SAMAN SH. BANGKAWANG - Mangrove Kampuang Lamo (PLTA) 28 AGUSTUS 2019 DESA PULAU CADANG REC.KAMPAR HOTO KAMPAR
SEPTEMBER	OKTOBER	NOPEMBER	DESEMBER
<ul style="list-style-type: none"> - Festival Equator 05-07 SEPTEMBER 2019 DESA LUPUTAN SELATAN REC.KAMPAR HIR - Festival Teluk Jering 15 SEPTEMBER 2019 DESA TELUK JERING REC.TAMPING 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampar Culinary Fest 2019 05-06 OKTOBER 2019 PLAZA BANGKAWANG - Kampar Kreatif Festival 26 OKTOBER 2019 BALAI PERMUDA MAHMUD WALIZAH JL. PROF. DR. SAMAN SH. BANGKAWANG 	<ul style="list-style-type: none"> - Kampar Adventure Day (KAD) 09 NOPEMBER 2019 DESA KUBRO REC.KAMPAR - Kampar Fashion Festival 16-17 NOPEMBER 2019 PLAZA BANGKAWANG 	<ul style="list-style-type: none"> - Maawo Danau Bokuok 15 DESEMBER 2019 BUKAMATAN TAMBANG - Kampar Weekend 20-22 DESEMBER 2019 BALIKARAI KAMPAR PUNIA MITO PERABANG

#molakakampar www.disparbud.kamparkab.go.id

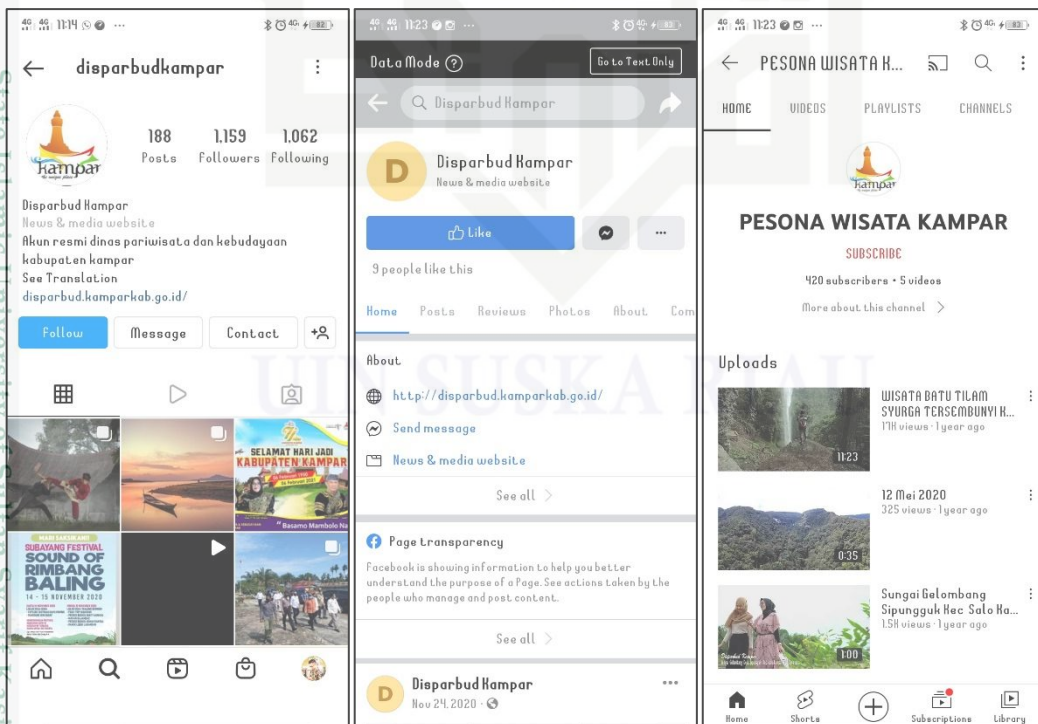
Kalender Pariwisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Siaran RRI dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar



Akun Instagram, Facebook, dan channel Youtube Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Muhammad Al Farabi, lahir di Bukit Tinggi, 22 September 1999, putra pertama dari tiga bersaudara dalam keluarga pasangan Bapak Haryadi dan Ibu Eva Fitri Yanti. Penulis merupakan putra daerah Bukit Tinggi, Sumatera Barat. Di Kota Pekanbaru, penulis tinggal di Perum. Mustamindo III Rimbo Panjang selama menjalankan aktivitas dan kewajiban sebagai mahasiswa di UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis dimulai dari SDN 010 Bangkinang dan lulus pada tahun 2011. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan SLTP di Pondok Pesantren Daarun Nahdah Thawalib Bangkinang selang tahun 2011-2014. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan SLTA di Pondok Pesantren Madrasah Tarbiyah Islamiyah Tanjung Berulah hingga tahun 2017. Barulah pada tahun tersebut juha, penulis melanjutkan pendidikan sarjana di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Penulis melaksanakan penelitian sebagai tugas akhir pendidikan sarjana dimulai dari Bulan September 2021 dan berlangsung selama kurang lebih empat bulan. Adapun judul penelitian yang penulis angkat ialah **“STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA RELIGI OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KAMPAR”**. *Wallhamdulillah bini’matillah*, akhirnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tahun 2022.