

**MODEL KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN  
OLAHRAGA DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL  
SEBAGAI KEGIATAN WISATA DAERAH  
DI KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

**OLEH**

**FERDAWATI PUTRI**  
**NIM. 11743201869**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
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 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.



**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 UJIAN MUNAQASYAH**

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

Nama : Ferdawati Putri  
 NIM : 11743201869  
 Judul : Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
 Tanggal : 13 April 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Pekanbaru, 13 April 2022

Dekan,

Imron Rosidi, M.A., P.hD  
 NIP. 19811118 200901 1 006

**Tim Penguji**

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Muhammad Badri, M.Si  
NIP. 19810313 201101 1 004

Assyari Abdullah, M.I.Kom  
NIK. 130 417 119

Penguji III,

Penguji IV,

Dr. Elfriandi, M.Si  
NIP. 19700312 199703 1 006

Yantos, S.Ip., M.Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

**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.

**MODEL KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA DALAM  
MEMPROMOSIKAN FESTIVAL SEBAGAI KEGIATAN WISATA DAERAH DI KABUPATEN  
KEPULAUAN MERANTI**

Disusun Oleh :

**FERDAWATI PUTRI**

**11743201869**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 15 Oktober 2021

Pembimbing,



**Sudio, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui:

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

**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.

Pekanbaru, 28 Maret 2022

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ferdawati Putri  
NIM : 11743201869  
Judul Skripsi : Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival sebagai Wisata Daerah

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah 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.*

Pembimbing,

  
**Sudhanto, S.sos, M.I.Kom**  
NIP. 19801230 200604 1 001

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

  
**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
NIP. 19810313 201101 1 004

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Lampiran Surat:  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 18 Maret 2022

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdawati Putri  
NIM : 11743201869  
Tempat/tgl Lahir : Selatpanjang, 04 Juli 1999  
Fakultas/pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi :

**“Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti ”.**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi semua peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 Maret 2022  
Yang Membuat Pernyataan



**FERDAWATI PUTRI**  
NIM: 11743201869



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 dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ferdawati Putri  
NIM : 11743201869  
Judul : Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sebagai Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 22 Oktober 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Oktober 2021

Penguji ,

Suardi, M.I.Kom  
Nip. 13780912201411100

#### 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 Diindungi 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.

## ABSTRAK

**Nama : Ferdawati Putri**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti**

Model komunikasi merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Suatu instansi perlu merancang model komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu, begitu juga dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti yang menggunakan model komunikasi dalam mempromosikan festival, terutama festival *Cian cui* dan festival Sungai Bokor. Hal ini dikarenakan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, masyarakat sekitar dan calon wisatawan belum memiliki informasi yang cukup terkait festival. Riset ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan festival sebagai kegiatan wisata daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak 3 orang dari bidang pariwisata Disparpora. Hasil menunjukkan bahwa model komunikasi Disparpora memiliki 2 model yaitu pertama, Model Komunikasi Disparpora dalam Mempromosikan Festival *Cian Cui* sebagai kegiatan wisata daerah mengarah ke model komunikasi interaksional. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Melalui komunikator maka adanya pesan-pesan dengan memanfaatkan media langsung dan tidak langsung sehingga adanya *feedback* dengan adanya kunjungan wisatawan dalam Festival *Cian Cui*. Kedua, Model komunikasi Disparpora dalam mempromosikan Festival Sungai Bokor sebagai kegiatan wisata daerah juga mengarah ke model komunikasi interaksional dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator sampai pada komunikan dengan memanfaatkan media langsung dan tidak langsung sehingga adanya umpan balik atau *feedback* yaitu adanya wisatawan yang berkunjung dalam Festival Sungai Bokor sehingga meningkatkan sektor pariwisata dan perekonomian masyarakat. Dengan demikian hasil akhir dari model ini, yaitu menggunakan model komunikasi Interaksional.

**Kata Kunci : Model Komunikasi, Festival, dan Wisata Daerah.**





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.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalammu 'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.*

Rangkaian Puji serta ungkapan syukur kepada Allah SWT, yang menjadi sumber kekuatan utama bagi peneliti untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti melewati hari demi hari di kampus islami madani ini. Menganugerahkan ilmu kepada peneliti melalui insan-insan luar biasa yang belum pernah peneliti temui sebelumnya. Shalawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kaum muslimin keluar dari zaman jahiliyah menuju ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti”**. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang peneliti hormati dan sayangi. Terkhusus kepada Ayahanda Zulsaleh dan Ibunda Fauziah, yang menjadi alasan utama peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan. Terimakasih untuk setiap tetes peluh, keringat serta air mata, skripsi ini merupakan salah satu balasan kecil, bakti cinta untuk setiap pengorbanan kalian.

Ucapan terimakasih ini peneliti sampaikan juga kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga. Untuk itu melalui rangkaian kata dalam skripsi ini, penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (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.

2. Bapak Drs. H. Suryam A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnaidi M.Pd dan Dr.s H. Promandi M.A., selaku Wakil Rektor I, II dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr Imron Rosidi, S.Pd. MA. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Masduki M.Ag, Dr. Toni Hartono M.Si dan Dr. Azni M.Ag selaku Wakil Dekan 1, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Artis, S.Ag., M.I.kom, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Yantos, M.Si selaku penasehat akademik yang selalu memberikam bimbingan akademik kepada penulis.
8. Bapak Sudianto, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan saran dan masukan serta membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmunya selama berlangsungnya proses perkuliahan.
10. Seluruh staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
11. Ibuk Aida Fitriani, S.Pd, M.Pd selaku Kabid Pariwisata serta Ibuk Ayu Kurniasari, A.Md dan Ibuk Sri Yani selaku staff bidang pariwisata Disarpورا Kabupaten Kepulauan Meranti. Bapak Sutrisno, S.Pt selaku masyarakat dan Pengurus Dewan Masjid Indonesia (DMI) sekaligus masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti, dan yang terakhir Rahmat Nusantara selaku Organisasi Masyarakat (ORMAS) Gagak Hitam Sambang Riau terimakasih telah meluangkan waktunya sebagai informan penelitian sehingga membantu kelancaran dalam penelitian ini dan bersedia berbagi pengalaman dan ilmu

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.

kepada peneliti.

1. Dan terimakasih juga kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti yang telah membeirkan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta memberikan berjuta pengalaman baru selama peneliti melakukan wawancara

1. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangsih besar terhadap perbaikan skripsi ini.

1. Kepada orang-orang berjasa , namun terlupa semoga kebaikan-kebaikan yang pernah peneliti terima, dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang lebih baik lagi.

Terakhir, semoga penulisan skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca, di kalangan akademisi ataupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan bagi ummat. *Aamiin. Wasslammua'alaikum warahmatullahi wa barakatuh.*

Pekanbaru, 26 Februari 2022

FERDAWATI PUTRI

NIM. 11743201869

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Penegasan Istilah</b> .....	4
<b>C. Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>E. Kegunaan Penelitian</b> .....	6
<b>F. Sistematika Penulisan</b> .....	6
<b>BAB II</b> .....	8
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>A. Kajian Terdahulu</b> .....	8
<b>B. Landasan Teori</b> .....	11
<b>C. Konsep Operasional</b> .....	31
<b>BAB III</b> .....	34
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34
<b>A. Desain Penelitian</b> .....	34
<b>B. Lokasi dan Waktu Penelitian</b> .....	35
<b>C. Sumber Data</b> .....	35
<b>D. Informan Penelitian</b> .....	36
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	37

- 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.

F. Validitas Data.....	38
G. Teknis Analisis Data .....	38
<b>BAB IV.....</b>	<b>40</b>
<b>GAMBARAN UMUM DINAS PARIWASATA PEMUDA DAN OLAHRGA KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI.....</b>	<b>40</b>
<b>A. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten     Kepulauan Meranti.....</b>	<b>40</b>
<b>B. Tujuan dan Sasaran.....</b>	<b>40</b>
<b>C. Komponen Rencana Strategis.....</b>	<b>43</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>49</b>
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>75</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Tujuan dan Sasaran Disparpora Tahun 2022 .....	41
Tabel 4.2 Visi, Misi. Tujuan dan Sasaran Kegiatan .....	42
Tabel 4.3 Indikator Kinerja.....	44
Tabel 4.4 Program, Kegiatan, Anggaran dan <i>Output</i> .....	45
Tabel 4.5 Target, Capaian Kinerja Rensta Disparpora .....	46
Tabel 5.1 Daftar Informan.....	49
Tabel 5.2 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Festival <i>Cian Cui</i> .....	63
Tabel 5.3 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Festival Sungai Bokor .....	75

### Hak Cipta Diindungi 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**

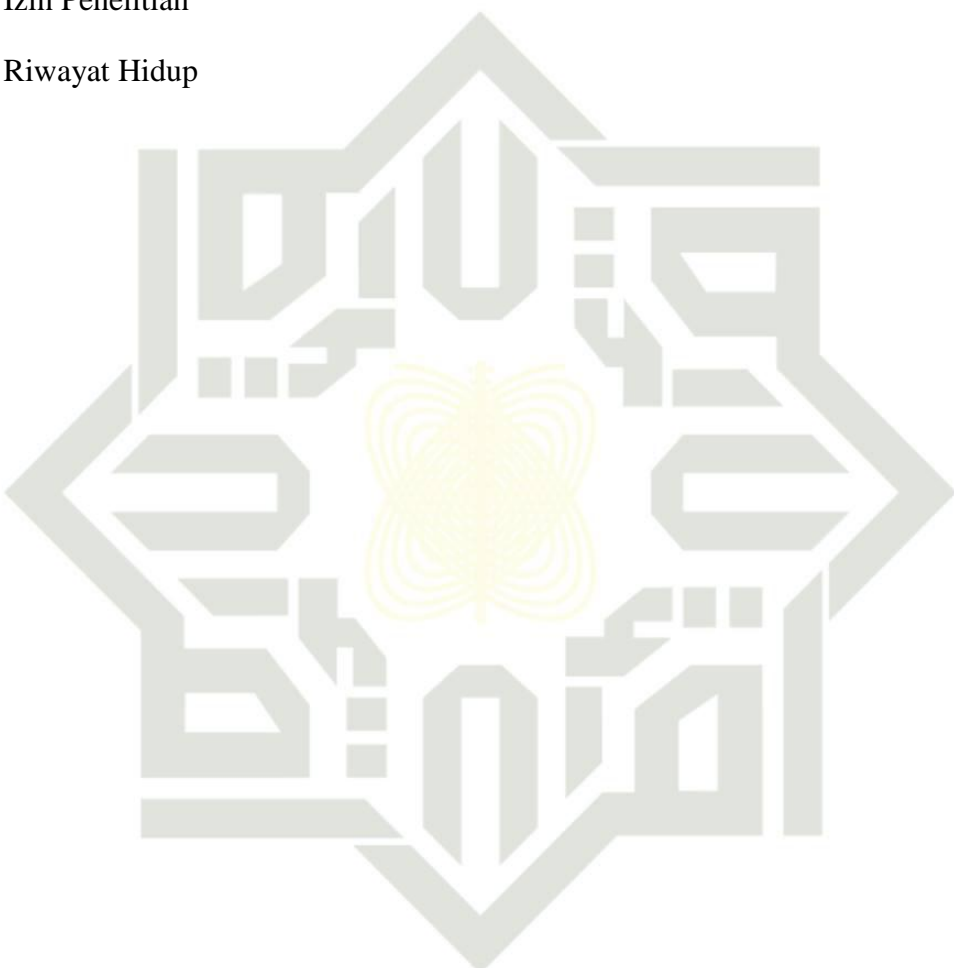
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Komunikasi Laswell .....	23
Gambar 2.2 Model Komunikasi S-R.....	23
Gambar 2.3 Model Komunikasi Aristoteles .....	25
Gambar 2.4 Model Shannon dan Weaver .....	27
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 5.1 Kegiatan Festival <i>Cian Cui</i> .....	53
Gambar 5.2 Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival <i>Cian Cui</i> .....	58
Gambar 5.3 Kegiatan Festival Sungai Bokor.....	65
Gambar 5.4 Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sungai Bokor .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Dokumentasi
Lampiran 3	Izin Penelitian
Lampiran 4	Riwayat Hidup



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 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 I PENDAHULUAN

### A Latar Belakang

Komunikasi yang merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang memegang peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat. Terutama bagi sebuah organisasi yang memerlukan adanya interaksi timbal balik dengan publiknya tentu membutuhkan sebuah model komunikasi yang baik. Dalam mengungkapkan pikiran atau perasaan tersebut memerlukan strategi dan model yang terencana. Khususnya dalam mempromosikan pariwisata yang memiliki nilai jual di negara kita Indonesia.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan upaya pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Dalam tahap pembangunan nasional saat ini pariwisata telah memberikan sumbangan yang besar terhadap Negara. Keberadaan objek wisata pada suatu daerah sangat menguntungkan, antara lain meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meningkatkan taraf hidup masyarakat, dan memperluas kesempatan kerja, mengingat semakin banyaknya pengangguran saat ini. Meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat. Oleh karena itu pengembangan dan pelaksanaan kepariwisataan harus diupayakan secara terencana.<sup>1</sup>

Daerah-daerah di Indonesia termasuk Provinsi Riau banyak memiliki potensi wisata sebagai daya tarik bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.<sup>2</sup> Salah satu potensi wisata tersebut adalah beragam festival yang memiliki karakteristik khusus yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti. Festival yang terkenal di Kabupaten Kepulauan Meranti antara lain festival perang air (*Cian Cui*) dan festival sungai bokor.

Kegiatan festival di atas diharapkan dapat digunakan sebagai kegiatan wisata daerah yang mampu mengenalkan Kabupaten Kepulauan Meranti di

<sup>1</sup> Jamet Rianto dan Santri, "Kendala Dan Upaya Pengembangan Objek Wisata Bono Di Sungai Kampar Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan Riau", dalam Jurnal Spasial Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP PGRI Sumatera Barat, Vol 1, No.1, 2018, h. 72.

<sup>2</sup> Hevi Susanti, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam Mempromosika Wisata Cagar Biosfer Dunia*", dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 10, No 2, 2021, h. 180

**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.

kancah nasional maupun internasional. Harapan tersebut tentu bukan bualan semata, berdasarkan data yang didapat dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Kepulauan Meranti, dalam tiga tahun terakhir jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten kepulauan Meranti sebanyak 171.863 orang. Jumlah tersebut terus mengalami peningkatan dari tahun 2018 lalu. Sedangkan untuk tahun 2021 masih dalam tahap perekapan. Namun, dari data tersebut, sebagian besar pengunjung tersebut masih berasal dari wisatawan lokal, dan masih sedikit yang berasal dari luar kabupaten maupun luar Provinsi, tetapi sudah ada beberapa wisatawan yang berasal dari negara tetangga seperti Malaysia maupun Singapura.

Problematika tersebut dikarenakan, letak geografis Kabupaten Kepulauan Meranti yang terdiri dari dari berbagai pulau. Sehingga masyarakat di suatu pulau hanya mengetahui festival yang ada di pulaunya saja, sedangkan festival yang ada di pulau-pulau lain tidak begitu dikenal. Problematika ini tidak hanya bergulir sampai disini, saat peneliti melakukan observasi di lapangan, ditemukan fakta bahwa masyarakat di Kabupaten Kepulauan Meranti sebagian besar belum mengetahui keseluruhan festival yang menjadi karakteristik maupun daya tarik kabupaten Kepulauan Meranti. Untuk menjadikan festival tersebut sebagai kegiatan wisata daerah, maka perlu diupayakan edukasi mendalam kepada masyarakat sekitar agar mereka bisa mempromosikannya kepada para wisatawan. Poin penting tersebut menjadi tugas dari Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti untuk menyusun model komunikasi yang baik agar masyarakat sekitar dan calon wisatawan memiliki pengetahuan dan tertarik untuk mengunjungi festival yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti sebagai unsur pemerintah daerah yang mempunyai tugas untuk menyelenggarakan urusan pariwisata di Meranti bertanggung jawab terhadap kemajuan sektor pariwisata dan urusan kepemudaan maupun olahraga.

#### 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.

Kemajuan sektor pariwisata yang baik tentunya dilakukan dengan strategi komunikasi yang baik pula.<sup>3</sup>

Dengan merancang model komunikasi yang baik, maka sektor pariwisata akan mendapatkan *feedback* yang baik pula. Model komunikasi sendiri merupakan gambaran sebuah proses komunikasi yang memperlihatkan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya, model komunikasi juga merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi.<sup>4</sup> Oleh karena itu, sebelum Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti memulai kegiatan promosi festival di atas, diperlukan rancangan model komunikasi yang sesuai dalam mempromosikan festival. Karena selama ini, masyarakat masih belum mengetahui beragam festival yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.

Untuk mengembangkan tingkat pengunjung ke suatu objek wisata daerah tentu harus menggunakan promosi. Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan maupun jasa yang ditawarkan.<sup>5</sup> Dalam hal ini adalah festival yang disinyalir menjadi kegiatan wisata daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti perlu dipromosikan agar menarik minat calon wisatawan/pengunjung.

Fenomena yang terjadi di lapangan, semakin banyak promosi yang dilakukan oleh Disparpora maka semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung. Namun di beberapa daerah di Kepulauan Meranti informasi yang dipromosikan tersebut belum sampai. Sehingga Disparpora terus melakukan inovasi model komunikasi dalam mempromosikan festival. Agar masyarakat setempat memiliki edukasi dasar terhadap festival yang ada, serta membantu Disparpora dalam mempromosikan festival tersebut. Selain itu, diharapkan

<sup>3</sup> Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge. *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 310.

<sup>4</sup> Hevi Susanti, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam Mempromosika Wisata Cagar Biosfer Dunia*”, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 10, No 2, 2021, h. 179

<sup>5</sup> Panang Sunyoto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015), h. 157.

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 adanya pengunjung festival dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti problematika di atas yang berkaitan dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti dengan judul skripsi **“Model Komunikasi Dinas Pariwisata dan Olahraga Dalam Mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah Di Kabupaten Kepulauan Meranti”**.

## B. Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan pedoman untuk penelitian, sehingga tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam memahami kajian ini, adapun penegasan yang perlu penulis jabarkan adalah sebagai berikut :

### 1. Model Komunikasi

Komunikasi adalah suatu kegiatan atau proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan kata-kata, gambar, bilangan, grafik dan lain-lain yang bertujuan untuk menimbulkan saling pengertian antara kedua belah pihak.<sup>6</sup> Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.<sup>7</sup>

Menurut Sereno dan Mortensen, model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model komunikasi mempresentasikan secara abstrak ciri-ciri penting dan menghilangkan rincian komunikasi yang tidak perlu dalam dunia nyata. Dengan demikian, model komunikasi dapat diartikan sebagai representasi dari suatu peristiwa komunikasi. Akan tetapi, model tidak berisikan penjelasan mengenai hubungan dan interaksi antara

<sup>6</sup> Hafid Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), h. 36.

<sup>7</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 5

**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.

faktor-faktor atau unsur-unsur yang menjadi bagian dari model.<sup>8</sup> Model komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah model komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disaparpora) Kabupaten Kepulauan Meranti dalam mempromosikan festival agar menjadi kegiatan wisata daerah.

2. Promosi

Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai suatu produk atau brand yang dipasarkan.<sup>9</sup>

3. Festival

Menurut W.J.S Purwadarwinta, kata Festival merupakan sebuah pekan atau hari gembira dalam rangka peringatan suatu peristiwa penting dan bersejarah, sehingga arti ini menunjukkan bahwa festival adalah pesta rakyat.

4. Wisata Daerah

Wisata daerah adalah sebuah kegiatan dalam sektor pariwisata untuk meningkatkan pariwisata di daerah tersebut dalam rangka mengenalkan potensi yang ada di daerah.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti ?”

<sup>8</sup> Muhammad lubis angsori.2020. *Model-model Komunikasi*.Jurnal Universitas Mitra Indonesia  
<sup>9</sup> Sandra Moriarty, dkk. *Advertising*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 1.

**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 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan festival sebagai kegiatan wisata daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti

## **E Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang model komunikasi dalam mempromosikan festival sebagai wisata daerah.
  - b. Memberikan sumbangan pemikiran kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti.
  - c. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan ilmu komunikasi khususnya budaya yang terdapat di sebuah instansi sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami aplikasi teori-teori yang diperoleh di bangku perkuliahan.
  - c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan program S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Ilmu Komunikasi Pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## **F Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari pokok-pokok permasalahan yang dibahas pada masing-masing bab yang diuraikan menjadi beberapa bagian:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan

**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.

permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

**BAB III : METODELOGI PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data

**BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Berisi gambaran umum Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan judul penelitian.

**BAB VI: PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran

Hak Cipta Diindungi 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 TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Terdahulu

1. Ikhsan Fadillah dengan Judul Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2020. Penelitian ini menjawab Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam promosi menggunakan strategi dengan teori dari Lupiyoadi yang terdiri dari tiga indikator, yang pertama mengidentifikasi *target audience*, kedua merancang pesan, dan ketiga pemilihan media. penentuan target audience tidak menggunakan teknik tertentu, untuk menjangkau wisatawan secara luas penentuan hanya dilakukan dari analisa pasar, kedua rancangan pesan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam merancang pesan yaitu penggunaan kalimat berdasarkan dari keindahan objek wisata masing-masing ditiap daerah, dan ketiga pemilihan media yang digunakan berdasarkan dari ketersediaan dana. Media cetak seperti brosur, poster, baliho, phamplet, dan stiker sedangkan untuk media online yaitu website dan social media. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini mencari jawaban untuk bagaimana komunikasi Humas dalam mempromosikan Festival Sebagai Kegiatan Wisata Daerah.
2. Dina Nurul Ihsani dengan Judul Model Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Mempromosikan Wisata Pantai Solop Tahun 2020. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir sudah melakukan komunikasi pariwisata dengan bekerjasama dengan stakeholder seperti komunitas. Namun kegiatan pemasaran promosi tidak mampu menjangkau masyarakat. Penelitian ini sama-sama mencari jawaban bagaimana model komunikasi yang digunakan Disapora dalam mempromosikan objek wisata.



**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.

3. Rakhmat Ramadhan meneliti tentang “Model Komunikasi Bhabinkamtibmas dalam menjalin kemitraan kepada masyarakat” tahun 2017. Adapun hasil dari penelitian ini adalah Model komunikasi yang digunakan yaitu model komunikasi SOR (Stimulus- Organism- Respon) melalui pendekatan informatif, persuasif, koersif dengan menggunakan data primer analisis kualitatif. Jurnal ini tidak hanya meneliti tentang model komunikasi saja tetapi membahas tentang hambatan dalam menjalankan proses komunikasi oleh Bhabinkamtibmas. Sedangkan dalam skripsi ini membahas tentang model komunikasi yang dilakukan oleh Dispora Kepulauan Meranti dalam mempromosikan festival sebagai kegiatan daerah.
4. Imam Aminuddin dengan Judul Strategi Komunikasi Sanggar Bathin Galang Dalam Mensosialisasikan Desa Wisata Budaya Bokor Di Kecamatan Rangsang Barat Kabupaten Kepulauan Meranti Provinsi Riau Tahun 2019. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Komunikasi Sanggar Bathin Galang Dalam Mensosialisasikan Desa Wisata Budaya Bokor di Kecamatan Rangsang Barat Kabupaten Meranti Provinsi Riau dapat diwujudkan dengan melakukan sosialisasi dalam bentuk event - event budaya traditional serta roadshow Desa Wisata Budaya Bokor baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Media yang digunakan yaitu media cetak dan elektronik dan juga penggunaan media massa seperti, koran, radio, stanggi, televisi, facebook, instagram dan juga internet. Selain itu juga menggunakan media nirmassa / non massa seperti, surat, spanduk atau baliho, x-baner, brosur serta bekerjasama dengan lembaga pemerintah dan sawasta. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini lebih kepada bagaimana festival sebagai kegiatan wisata daerah.
5. Nova Serliana Sari dengan Judul Model Komunikasi Dalam Mengembangkan Image Obyek Wisata Alam oleh Humas Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir. Hasil penelitian ini menunjukkan model komunikasi yang digunakan oleh Humas Dinas Kebudayaan, Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten

Rokan Hilir dilakukan dengan proses komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, komunikasi sampai mencapai citra. Citra yang berkembang dapat digambarkan dengan meningkatnya permintaan kunjungan dari berbagai lapisan masyarakat untuk berkunjung. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama mencari strategi untuk mempromosikan wisata daerah.

6. Andi Nur Azakiah dengan Judul Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukamba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dilaksanakan oleh seksi promosi dan stafnya, sebelum melakukan promosi terlebih dahulu melakukan perencanaan secara bertahap mulai dari pengenalan khalayak, merumuskan pesan promosi, seleksi penggunaan media, penyiapan bahan promosi, dan pembiayaan promosi. Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam rangka mempromosikan wisata yang ada di daerah agar banyaknya wisatawan yang berkunjung.
7. Ilda Miswati dengan Judul Model Komunikasi Humas PT TASPEN Cabang Pekanbaru Dalam Memberikan Informasi Program Pensiun Kepada Pensiunan PNS. Hasil penelitian ini adalah membahas bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Humas PT TASPEN Cabang Pekanbaru sehingga informasi yang diberikan dapat diterima secara baik. persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan komunikasi Laswell.
8. Selviana Erwanda dengan judul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019. Hasil penelitian ini adalah tahapan-tahapan strategi komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo sesuai dengan strategi komunikasi yaitu memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan, memilih media, produksi media, penyebarluasan media, penetapan rencana anggaran, penyusunan jadwal, penetapan tim kerja, dan evaluasi.

**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.

Penelitian ini sama-sama mencari strategi yang paling tepat untuk mempromosikan kegiatan atau wisata daerah.

9. Jurnal Komunikasi yang ditulis oleh Noorma Luthfiana Aini dan Tanti Hermawanti pada tahun 2017 dengan judul Proses Komunikasi dalam Sosialisasi Pemanfaatan TOGA Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Proses Komunikasi dalam Sosialisasi TIM PKK di Desa Ngunut, Kecamatan Jumantono, Kabupaten Karanganyar. Hasil penelitian ini menggambarkan model komunikasi yang digunakan adalah Model Laswell dengan adanya komunikan, pesan dan sosialisasi. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori Laswell untuk mencapai tujuan komunikasi kepada masyarakat berbentuk sosialisas dan sebagainya.
10. Jurnal Komunikasi yang ditulis oleh Dani Kurniawan dengan judul Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan Tahun 2018. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran penting bagi kemajuan pendidikan yang terbukti pada model komunikasi yang diterapkan di TPA Melda. Komunikasi yang dilakukan sangat efektif sehingga meningkatkan aspek afektif pembelajaran. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori komunikasi Lasweel untuk mewujudkan komunikasi yang baik kepada penerimanya

## **B. Landasan Teori**

### **1. Komunikasi**

Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa “Setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (social relations). Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain yang, karena, karena berhubungan, menimbulkan interaksi

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.

sosial (social interaction). Terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi (intercommunication)”.<sup>10</sup>

Komunikasi atau dalam bahasa inggrisnya communication berasal dari kata lain *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Komunikasi adalah proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noice*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat *intentional* (disengaja) serta membawa perubahan.<sup>11</sup>

Definisi komunikasi dapat dilihat dari etimologi dan terminologi. Dari sudut etimologi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya “*communicare* yang berarti berpartisipasi atau member tahuan, *communis opinion* yang berarti pendapat umum.”<sup>12</sup> Sedangkan secara “terminologi” menurut Forsdale, komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain.<sup>13</sup>

Menurut Cherry, kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antar dua orang atau lebih, *communico* yang artinya membagi.<sup>14</sup> Laswell mengatakan bahwa komunikasi merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya).<sup>15</sup> Selain itu John B. Hoben mengasumsikan bahwa komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan. Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide,

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Op.cit*, 3

<sup>11</sup> Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Jakarta: Kencana,2005), h.

<sup>12</sup> Roudhonah, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: UIN Press, 2007), h. 27.

<sup>13</sup> Deddymulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya),

2007, h. 46.

<sup>14</sup> Siti Tyastuti, *Komunikasi dan Konseling*, (Yogyakarta: Fitramaya,2009), h. 2.

<sup>15</sup> Arni muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) ,h. 4.

**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.

emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi, meyakinkan ucapan dan tulisan.

Selanjutnya menurut Edward Depari menjelaskan komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan pada penerima pesan. Maksud pesan disini seperti menyampaikan amanah dengan melalui komunikasi langsung atau bertatap muka sama penerima pesan.<sup>16</sup>

Secara terminologis komunikasi adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada lawan bicaranya. Artinya dalam berkomunikasi melibatkan sejumlah orang yang saling memahami isi pesan tersebut. Berkomunikasi dengan orang lain atau sejumlah orang disebut juga komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan. Masyarakat terbentuk paling sedikitnya dua orang yang saling berkomunikasi sebagai penjalin diantara mereka.<sup>17</sup>

Edward Depari mengemukakan pendapatnya mengenai komunikasi adalah penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan. Selanjutnya ditegaskan oleh Everett M. Rogers, bahwa komunikasi ialah proses yang didalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk merubah perilakunya.<sup>18</sup>

Pengertian komunikasi secara paradigmatis adalah komunikasi mengandung tujuan tertentu. Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan tujuan tertentu, seperti memberi tahu atau untuk merubah sikap (attitude), pendapat (opinion), atau perilaku (behavior), baik langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (melalui media).

<sup>16</sup> Onong Uchjana Efendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung: Remadja Karya), 1988, h. 11.

<sup>17</sup> Ibid, 4

<sup>18</sup> Suranto A. W, *Loc.cit*

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.

Ditinjau dari segi pernyataan tersebut maka komunikasi yang bertujuan bersifat informatif dan persuasif.<sup>19</sup>

Dari pengertian komunikasi di atas dapat penulis simpulkan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan pesan dari satu orang kepada orang lain dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dipahami oleh orang yang menerima pesan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

a. Fungsi Komunikasi

1) Menginformasikan (*to inform*)

Komunikasi dapat menginformasikan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2) Mendidik (*to educated*)

Komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3) Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4) Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi dapat mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa menghindar dari tindakan komunikasi menyampaikan dan menerima pesan dari dan ke orang lain. Tindakan komunikasi ini terus menerus terjadi selama proses kehidupannya. Prosesnya berlangsung dalam berbagai konteks baik

<sup>19</sup> Onong Uchjana Effendy, *Op.cit*, 5

**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.

fisik, psikologis, maupun sosial, karena proses komunikasi adalah manusia yang selalu bergerak dinamis. Komunikasi menjadi penting karena fungsi yang bisa dirasakan oleh pelaku komunikasi tersebut. Melalui komunikasi seseorang menyampaikan apa yang ada dalam benak pikirannya dan perasaan hati nuraninya kepada orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya tidak merasa terasing atau terisolasi dari lingkungan di sekitarnya.

b. Unsur-unsur Komunikasi

1) Komunikator

Dalam proses komunikasi komunikator berperan penting karena mengerti atau tidaknya lawan bicara tergantung cara penyampaian komunikator. Komunikator berfungsi sebagai *encoder*, yakni sebagai orang yang memformulasikan pesan yang kemudian menyampaikan kepada orang lain, orang yang menerima pesan ini adalah komunikan yang berfungsi sebagai *decoder*, yakni menerjemahkan lambanglambang pesan konteks pengertian sendiri.

2) Pesan

Adapun yang dimaksud pesan dalam proses komunikasi adalah suatu informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan verbal dapat secara tertulis seperti: surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan non verbal dapat berupa isyarat, gerakan badan dan ekspresi muka dan nada suara.

Ada beberapa bentuk pesan, diantaranya Informatif, yakni memberikan keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat mengambil kesimpulan sendiri. Kedua, Persuasif, yakni dengan bujukan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan rupa pendapat atau sikap sehingga ada perubahan, namun perubahan ini adalah

**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.

kehendak sendiri. Ketiga, Koersif, yakni menggunakan sanksi-sanksi. Bentuknya terkenal dengan agitasi, yakni dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin diantara sesamanya dan pada kalangan publik.<sup>20</sup>

3) Media

Media yaitu sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan atau sarana yang digunakan untuk memberikan feedback dari komunikan kepada komunikator. “media sendiri merupakan bentuk jamak dari kata medium, yang artinya perantara, penyampai, atau penyalur.

4) Penerima

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali memuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran

5) Efek atau dampak

Pengaruh atau efek adalah perbedaan apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah penerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu pengaruh juga bisa diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.

c. Jenis-jenis Komunikasi

Dari berbagai model komunikasi yang telah dirumuskan oleh para ahli, dapat ditarik benang merah bahwa model komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) jenis model komunikasi, yaitu

<sup>20</sup> Widjaya, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h.14.



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.

model komunikasi linier, model komunikasi transaksional, dan model komunikasi interaksional.

a) Model Komunikasi Linier

Model komunikasi linier adalah model komunikasi yang sangat sederhana dan menggambarkan komunikasi berlangsung secara satu arah. Arus pesan digambarkan bersifat langsung dari pengirim pesan ke penerima pesan. Dalam model komunikasi linier tidak terdapat konsep umpan balik dan penerima pesan bersifat pasif dalam menerima pesan. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi linier diantaranya adalah model komunikasi *Aristoteles*, model komunikasi *Lasswell*, model komunikasi SMCR *Berlo*, dan model komunikasi *Shannon dan Weaver*.<sup>21</sup>

Model Lasswell bersifat linier (satu arah) karena lebih menekankan efek dan tidak ada feedback (umpan balik). Efek menurut Donal K. Robert adalah perubahan perilaku komunikasi manusia setelah diterpa pesan. Steven M. Chaffe mengatakan bahwa ada tiga efek yang terjadi setelah individu diterpa suatu pesan, yaitu:

1. Efek kognitif terjadi perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau diperspektif khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan.
2. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
3. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku setelah diterpa pesan.<sup>22</sup>

Claude Shannon dan Warren Weaver mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linier karena tertarik pada teknologi

<sup>21</sup> Poppy Ruliana, *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 3

<sup>22</sup> *Ibid*, 9

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.

radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Lebih lanjut Claude Shannon dan Warren Weaver menjelaskan bahwa model linier berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima.

Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi. Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima.<sup>23</sup>

b) Model Komunikasi Transaksional

Komunikasi transaksional adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Hingga derajat tertentu para pelakunya sadar akan kehadiran orang lain di dekatnya bahwa komunikasi sedang berlangsung, meskipun para pelakunya tidak dapat mengontrol sepenuhnya bagaimana orang lain di dekatnya dan bahwa komunikasi bersifat dinamis. Pandangan inilah yang disebut komunikasi sebagai transaksi, yang lebih sesuai untuk komunikasi

tatap muka yang memungkinkan pesan atau respons verbal dan nonverbal bisa diketahui secara langsung.<sup>24</sup>

Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Model komunikasi transaksional mengaitkan komunikasi

<sup>23</sup> <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-linier> diakses 30 Januari 2021 pukul 21:16

<sup>24</sup> Faruna Lelana Jagat Bana, "Model Komunikasi Organisasi dan Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pada Media Online Banten)", (Skripsi, oleh Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanudin Banten, 8 November 2017), 40

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 konteks sosial, konteks hubungan, dan konteks budaya. Dalam model ini digambarkan bahwa kita berkomunikasi tidak hanya sebagai ajang untuk pertukaran pesan melainkan untuk membangun hubungan. Model komunikasi yang merujuk pada model komunikasi transaksional diantaranya adalah model komunikasi transaksional Barnlund.<sup>25</sup>

Di dalam komunikasi transaksional, maka perlu diketahui juga proses “transaksi” di sana. Sebenarnya proses ini pun terjadi dalam komunikasi antar personal. Namun berbeda dari komunikasi antar pribadi, yang menjadi pandangan umum dari model komunikasi ini adalah bagaimana semua komponen yang terlibat di dalamnya pasti memiliki sesuatu yang akan diberikan kepada orang lain. Ini juga menjelaskan bahwa komunikasi transaksional memiliki karakteristik dimana masing-masing memiliki sesuatu yang akan disampaikan. Ada semacam pertukaran pada suatu pesan yang dimana memang terjadi secara berkesinambungan.<sup>26</sup>

c) Model Komunikasi Interaksional

Model komunikasi interaksi ini dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada 1954. model ini lebih menekankan pada proses komunikasi 2 arah diantara dua komunikator, dengan kata lain komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim pesan kepada penerima, dan dari penerima kepada pengirim pesan. dengan kata lain, komunikasi interaksional menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan umpan balik (feedback) sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikan.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> *Ibid*, 40

<sup>26</sup> <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-transaksional> diakses 30 Januari 2021 pukul 22:05

<sup>27</sup> H. Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam Dan Aplikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 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.

Meski komunikasi interaksional adalah pengembangan dari komunikasi linier. Sistemnya masih memandang komunikasi sebagai urutan dimana ada orang yang berperan sebagai pengirim pesan dan ada pihak lain sebagai penerima pesan. pada kenyatannya, orang yang terlibat dalam proses komunikasi bisa bertindak sebagai pengirim sekaligus sebagai penerima pesan.<sup>28</sup>

Dalam model komunikasi interaksi terdapat komponen-komponen komunikasi yang mendukung berlangsungnya proses komunikasi. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Sumber atau pengirim pesan** – orang yang mengirim pesan
2. **Encoder** – orang yang mengirim pesan. *encoder* dan *decoder* adalah orang yang sama dengan sumber, sumber berperan sebagai *encoder* ketika mengirimkan pesan dan berperan sebagai *decoder* ketika menerima pesan.
3. **Decoder** – orang yang menerima pesan. *decoder* dan *encoder* adalah orang yang sama dengan penerima pesan. sumber kedua meng-*decode* pesan kemudian mengirimkan pesan lain, meng-*encode* pesan tersebut, dan mengirimkannya kepada sumber pertama.
4. **Penerima pesan** – orang yang menerima pesan
5. **Pesan** – informasi yang dikirim selama proses transaksi
6. **Umpan balik** – *decoder* membentuk pesan kedua setelah menerima pesan pertama
7. **Gangguan** – berbagai hal yang dapat mengganggu jalannya proses komunikasi dan dapat terjadi di setiap tahapan komunikasi

<sup>28</sup>Julia T. Wood, *Komunikasi Interpersonal - Interaksi Keseharian Edisi 6 - Interpersonal Communication Everyday Ecounter*, (Salemba Humanika: 2013), 19

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.

8. **Hambatan** – berbagai hal yang menghambat jalannya proses komunikasi seperti hambatan fisik, hambatan mekanisme, hambatan semantik, dan lain-lain
9. **Bidang pengalaman** – pengalaman dan pengetahuan yang sumber miliki dan berdampak pada proses pembuatan dan penafsiran pesan, yang termasuk dalam bidang pengalaman adalah latar belakang budaya, perilaku sosial, dan lain-lain.<sup>29</sup>

## 2. Model Komunikasi Menurut Para Ahli

Model komunikasi merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Penyajian model dimaksudkan untuk mempermudah memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam suatu komunikasi.<sup>30</sup> Model komunikasi menggambarkan bagaimana jalannya proses komunikasi, bagaimana proses komunikasi mengalir melalui saluran komunikasi dari sender, sebagai pengirim kepada receiver, dan sebagai penerima.<sup>31</sup>

Model Komunikasi dimaksudkan untuk menggambarkan secara sederhana mengenai proses komunikasi supaya lebih mudah dipahami. Banyak ahli dan sarjana komunikasi merumuskan suatu model untuk menggambarkan proses komunikasi dalam pandangan mereka.<sup>32</sup> Keuntungan dari pembuatan model menurut Raymond S. Ross adalah terbukanya problem abstraksi. Model bisa memberikan penglihatan yang lebih dekat, menyediakan kerangka tujuan, serta menyoroti problem abstraksi dan menyatakan suatu problem dalam bahasa simbolik bila terdapat peluang untuk menggunakan gambar atau simbol.<sup>33</sup> Model komunikasi terbagi menjadi beberapa macam diantaranya sebagai berikut:

<sup>29</sup> <https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-interaksional> diakses 30 Januari 2021 pukul 23:09

<sup>30</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Op.Cit;h. 5.

<sup>31</sup> Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013),h. 167.

<sup>32</sup> Suranto, *Komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010),h. 8.

<sup>33</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2005),h. 122.

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.

a. Model Komunikasi Laswell

Menurut Lasswell proses komunikasi selalu mempunyai efek dan pengaruh terhadap khalayak, sehingga mengabaikan faktor tanggapan balik atau efeknya. Dalam formula lasswell ini, ada lima unsur yang dibahas yaitu siapa, mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa dan apa akibatnya. Dengan adanya unsur-unsur tersebut, memberi pengertian bahwa proses komunikasi ini menyangkut siapa, yaitu siapa yang menyampaikan pesan atau memberikan informasi yang berarti komunikator.<sup>34</sup>

Harold D. Lasswell adalah seorang ilmuan politik yang juga tertarik mendalami komunikasi. Menurut Laswell persoalan komunikasi menyangkut lima pertanyaan sederhana yaitu :

- 1) Who? (siapa?)
- 2) Says what?(mengatakan apa?)
- 3) In which channels? (melalui saluran apa?)
- 4) To whom? (kepada siapa?)
- 5) With What Effect? (dengan akibat apa?)

Model komunikasi klasik dari Lasswell ini menunjukkan bahwa pihak pengirim pesan (komunikator) pasti mempunyai suatu keinginan untuk mempengaruhi pihak penerima (komunikasi), dan karenanya komunikasi harus dipandang sebagai upaya persuasi. Setiap upaya penyampaian pesan dianggap akan menghasilkan akibat, baik positif ataupun negatif. Dan hal ini, menurut Lasswell banyak ditentukan oleh bentuk dan cara penyampaiannya. Salah satu kelemahan dari model Lasswell ini adalah tidak digambarkannya unsur feedback (umpan balik) sehingga proses komunikasi yang dijelaskan bersifat linear searah.

Model Komunikasi menurut Lasswell ada lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi, yaitu:35

<sup>34</sup> Daddy Mulyana, *Ilmu Komunika Suatu Pengantar*, Op. Cit; h. 137.

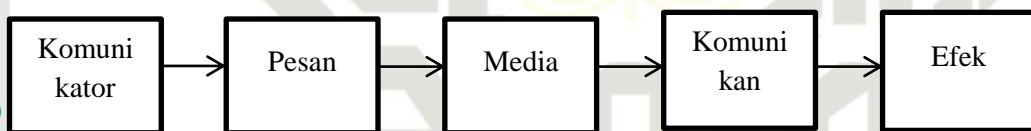
<sup>35</sup> Arni, Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Op. Cit; h. 6.

**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.

- 1) Who adalah menunjuk kepada siapa siapa orang yang mengambil inisiatif untuk memulai komunikasi.
- 2) Says what adalah berhubungan dengan isi komunikasi atau apa pesan yang disampaikan dalam komunikasi tersebut.
- 3) Through what adalah melalui media apa. Yang dimaksudkan dengan media adalah alat komunikasi, seperti berbicara, gerakan badan, kontak mata, sentuhan, radio, televisi, surat, buku, dan gambar.
- 4) To whom adalah menanyakan siapa yang menjadi audience atau penerima dari dari komunikasi. Atau dengan kata lain kepada siapa komunikator berbicara atau kepada siapa pesan yang ia ingin disampaikan diberikan.
- 5) What effect adalah efeknya dari komunikasi tersebut.

Model Komunikasi Lasswell digambarkan seperti di bawah ini:

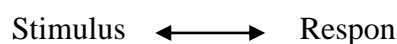


**Gambar 2.1**

*Model Komunikasi Laswell*

**b. Teori S-R**

Teori stimulus-respons adalah model komunikasi paling dasar. Teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus-respons.<sup>36</sup>



**Gambar 2.2**

*Model Komunikasi S-R*

<sup>36</sup> *Ibid*; halaman 126.

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.

Teori ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi sangat sederhana. Bila seorang lelaki berkedip kepada seorang wanita, dan wanita itu kemudian tersipu malu, atau bila saya tersenyum dan kemudian anda membalas senyum saya, itulah yang dikatakan sebagai pola S – R. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.<sup>37</sup>

c. Model Aristoteles

Model Aristoteles adalah model komunikasi paling klasik, yang sering juga disebut model retorik. Komunikasi terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya mengubah sikap mereka. Tepatnya, ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar (*listener*).

Fokus komunikasi yang ditelaah Aristoteles adalah komunikasi retorik, yang kini lebih dikenal dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato. Pada masa itu, seni berpidato merupakan suatu keterampilan yang penting, sehingga dalam komunikasi publik ini melibatkan unsur persuasi. Aristoteles tertarik menelaah sarana persuasif yang paling efektif dalam pidato.

Aristoteles hidup pada saat retorika sangat berkembang sebagai bentuk komunikasi di Yunani, terutama keterampilan orang membuat pidato pembelaan di muka pengadilan yang dihadiri oleh rakyat menjadikan pesan atau pendapat yang dia lontarkan menjadi dihargai

<sup>37</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Op. Cit*; halaman 134.

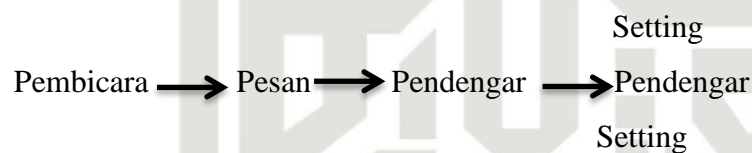


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

idenya untuk merumuskan suatu model komunikasi yang didasarkan atas tiga unsur yaitu: komunikasi, pesan, komunikasikan.

Model aristoteles ini masih termasuk komunikasi yang lugas, karena tidak menerapkan unsur media dan tidak dibahasnya aspek nirverbal dalam persuasi. Memang harus diakui, pada masa kehidupan Aristoteles keterampilan komunikasi dengan retorika memang sangat populer, sehingga tidak heran bila komunikasi dilakukan secara sederhana.



**Gambar 2.3**

*Model Komunikasi Aristoteles*

d. Model Sirkulasi Sirkuler dari Osgood dan Schramm

Model proses komunikasi yang digambarkan oleh Osgood dan Schramm ini terutama berlaku untuk bentuk-bentuk komunikasi antarpribadi. Dijelaskan bahwa proses komunikasi berjalan secara sirkuler, di mana masing-masing pelaku secara bergantian bertindak sebagai komunikator/ sumber dan komunikasikan atau penerima. *Pertama*, pelaku komunikasi pertama kali mengambil inisiatif sebagai sumber/komunikator membentuk pesan (*encoding*) dan menyampaikannya melalui saluran komunikasi tertentu kepada lawan komunikasinya yang bertindak sebagai penerima/komunikasikan.<sup>38</sup>

Saluran komunikasi yang dipergunakan dapat bermacam-macam. Misalnya, telepon, surat, atau kalau bentuk komunikasinya adalah percakapan langsung secara tatap muka yang menjadikannya adalah gelombang udara. *Kedua*, (*encoding*) dan menyampaikannya kembali.

<sup>38</sup> Rayudaswati Budi, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Makassar: Kretakupa Print Makassar, halaman 42.

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.

Kali ini ia bertindak sebagai sumber, dan tanggapan atau reaksinya disebut sebagai umpan balik. *Ketiga*, pihak sumber/komunikator yang pertama sekarang bertindak sebagai penerima/komunikan. Ia akan mengartikan dan menginterpretasikan pesan yang diterimanya, dan kalau ada tanggapan/ reaksi, kembali ia akan membentuk pesan dan menyampaikannya kembali ke pasangan komunikasinya.

Demikianlah proses ini berlangsung secara terus menerus secara sirkuler. Dengan demikian, menurut model ini masing- masing pelaku komunikasi akan terlibat dalam proses pembentukan pesan (*encoding*), penafsiran (*interpreting*) pesan, serta penerimaan dan pemecahan kode pesan (*decoding*) pihak penerima/komunikan kemudian setelah menerima pesan akan mengartikan (*decoding*) dan menginterpretasikan (*interpreting*) pesan yang diterimanya.

e. Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Pemancar (*transmitter*) mengubah pesan menjadi sinyal yang sesuai dengan saluran yang digunakan.

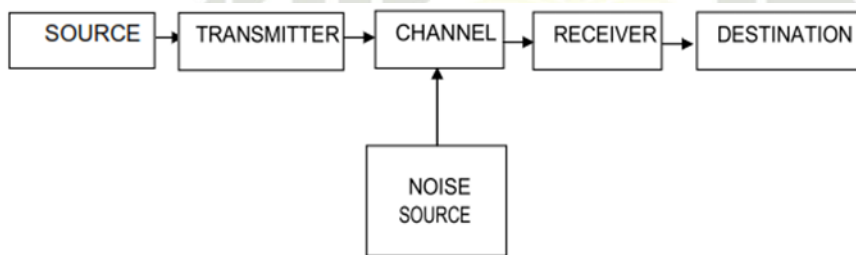
Saluran (*channel*) adalah medium yang mengirimkan sinyal (tanda) dari transmitter ke penerima (*receiver*). Dalam percakapan, sumber informasi ini adalah otak, transmitter-nya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata- kata terucapkan), yang ditransmisikan lewat udara (sebagai saluran). Penerima (*receiver*), yakni mekanisme pendengaran, melakukan operasi sebaliknya yang dilakukan transmitter dengan merekonstruksi pesan dari sinyal. Sasaran (*destination*) adalah (otak) orang yang menjadi tuntutan pesan itu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu model awal komunikasi dikemukakan Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication*. Model Shannon dan Weaver ini menyoroti problem penyampaian pesan berdasarkan tingkat kecermatannya. Model itu melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran kepada seorang penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan.<sup>39</sup>

Gambar 2.4



Sumber: Model Shannon dan Weaver diambil di Google

### 3. Festival

Menurut W.J.S Poerwadarminta festoval adalah hari atau pecan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting dan bersejarah atau bisa disebut pesta rakyat. Festival juga bisa menjadi salah satu media periklanan untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness* masyarakat sekitar.

Maksud dan tujuan diadakannya festival adalah untuk mendorong pengembangan dan promosi budaya dan pariwisata. Selain itu juga bisa mengenalkan potensi daerah sekitar. Festival merupakan sarana komunikasi yag penting untuk memberdayakan identitas bangsa.

<sup>39</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Op.Cit*; halaman 149.

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.

#### 4. Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Strategi promosi terdiri antara lain sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi Target *Audience*. Mengidentifikasi target *audience* merupakan tahap dimana kita menemukan siapa yang menjadi target *audience*, target *audience* biasanya merupakan individu, kelompok, masyarakat khusus atau umum, bila perusahaan telah melakukan segmentasi targeting, maka segmen itulah yang menjadi target *audience*.
- b. Merancang Pesan. Pesan yang diampaikan dalam berbagai media harus dirancang sedemikian rupa sehingga mengandung minat dan perhatian pengguna. Dalam kaitannya mengenai pentingnya kegiatan merancang pesan, agar pesan yang disampaikan mencapai sasaran yang diharapkan, perlu dilakukan berbagai upaya agar tujuan dari penyebaran informasi dapat tercapai.
- c. Strategi Pemilihan Media. Media adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan dan menjabarkan pesan agar sampai kepada komunikan. Tujuan strategi pemilihan media yang tepat dimaksudkan untuk membuat pelanggan menjadi tahu, paham menemukan sikap, dan membeli produk yang dihasilkan.

Promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.<sup>40</sup> Tujuan promosi antara lain:

<sup>40</sup> Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003),h. 299.

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.

- a. Menginformasikan (*Informing*), dapat berupa, menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, menjelaskan cara kerja suatu produk, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk. ,menyampaikan perubahan harga kepada pasar, dan menginformasikan jasa-jasa yang di sediakan oleh perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran.
- c. Mengingatkan (*reminding*).

Adapun sarana promosi ada beberapa macam, di antaranya adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a. Periklanan (*Advertising*). Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio.  
Dengan membaca atau melihat Advertising itu diharapkan para konsumen atau calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang diiklankan tersebut, oleh karena itu iklan ini harus dibuat sedemikian rupa sehingga menarik perhatian para pembacanya.
- b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*). Promosi Penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
- c. Publisitas (*Publicity*). Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan.
- d. Penjualan pribadi (*Personal Selling*). Penjualan Pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi.

<sup>41</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004),h. 176.

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.

## 5. Wisata Daerah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, wisata adalah bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya). Wisata merupakan pergerakan orang sementara menuju tempat tujuan yang berada di luar tempat biasa mereka bekerja dan tinggal, aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat tujuan dan fasilitas yang diciptakan untuk melayani kebutuhan mereka.

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.<sup>42</sup> Pariwisata merupakan suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, di mana ia memperoleh pekerjaan tetap.<sup>43</sup>

Menurut Soekadijo pariwisata sebagai kegiatan yang berhubungan dengan wisatawan. Semua kegiatan pembangunan hotel, pemugaran cagar budaya, pembuatan pusat rekreasi disebut kegiatan pariwisata sepanjang dengan kegiatan yang diharapkan wisatawan akan datang.<sup>44</sup> Pariwisata juga merupakan sejumlah hubungan dan gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka itu tidak menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh.<sup>45</sup> Sumber daya wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik bagi pengunjung, diantaranya adalah sebagai berikut:

<sup>42</sup> Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

<sup>43</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung : Angkasa , 1994), h. 116.

<sup>44</sup> Soekadijo. *Anatomi Pariwisata : Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Lingkage*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1997),h. 2.

<sup>45</sup> Musanef. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*, (Jakarta : PT Toko Gunung Agung, 1996),h. 11.

#### 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.

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta yang dalam istilah wisata disebut dengan natural amenities seperti iklim, bentuk tanah dan pemandangan, hutan, flora dan fauna serta pusat-pusat kesehatan yang termasuk dalam kelompok ini.
- b. Hasil ciptaan manusia antara lain benda-benda yang memiliki nilai sejarah, keagamaan dan kebudayaan.
- c. Tata cara hidup masyarakat setempat.

### Konsep Operasional

Konsep Operasional sangat diperlukan pada sebuah penelitian, dan memiliki tujuan dengan memfokuskan ruang lingkup kajian. Adapun ruang lingkup konsep operasional dalam kajian ini dibagi menjadi dua model di bawah ini:

#### 1. Model komunikasi Disparpora dalam Mempromosikan Festival Cian Cui

Model komunikasi adalah gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Sedangkan menurut David Crystal dalam bukunya *A Dictionary of Linguistics Phonetic* kerap memodelkan komunikasi melalui definisi, komunikasi terjadi ketika informasi yang sama maksudnya dipahami oleh pengirim dan penerima. Sedangkan Edmondson dan Burquest mengatakan bahwa bahasa sebagai alat komunikasi berisi jeis-jenis kode yang dikomunikasikan melalui suatu proses encoding suatu konsep yang akan disandi balik melalui proses decoding.

Model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti dalam promosi festival *Cian Cui* memfokuskan dalam lingkup kajian sebagai berikut:

- a. Pengelola
- b. Proses Disparpora dalam mempromosikan festival *Cian Cui*
- c. Model Kerjasama

**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. Model Komunikasi Disparpora dalam mempromosikan festival *Cian Cui*

## **2. Model komunikasi Disparpora dalam Mempromosikan Festival Sungai Bokor**

Model komunikasi ini merupakan model promosi festival yang dilakukan oleh Disparpora dalam mempromosikan festival Sungai Bokor yang memfokuskan dalam lingkup kajian sebagai berikut:

- a. Pengelola
- b. Proses Disparpora dalam mempromosikan festival Sungai Bokor
- c. Model Kerjasama
- d. Model Komunikasi Disparpora dalam mempromosikan festival Sungai Bokor



UIN SUSKA RIAU



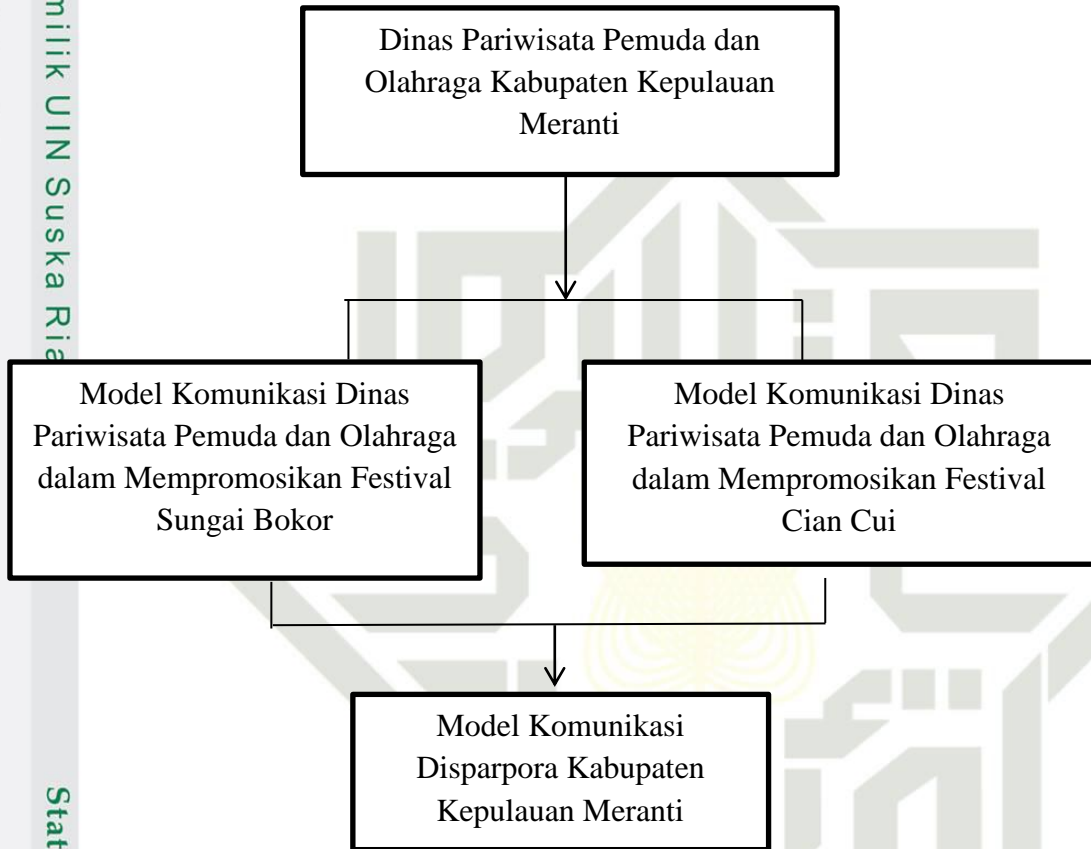
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

**Kerangka Pemikiran**

**Gambar 2.5**

*Kerangka Pemikiran*



*Sumber : Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti*

Hak Cipta Diindungi 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 METODOLOGI PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu data diperoleh dengan melakukan penelitian langsung di lapangan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif Kualitatif. Sebagai penelitian deskriptif kualitatif, peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis, dan membuat prediksi.<sup>46</sup>

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu hanyamemaparkan situasi atau peristiwa.Sedangkan pendekatan kualitatif,oleh Denzin dan Lincoln dalam Moleong menyatakan sebagai penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.<sup>47</sup>

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu. Penelitian kualitatif bertujuan untuk medapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan.

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.<sup>48</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

<sup>46</sup> alaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 24

<sup>47</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), h.5

<sup>48</sup> Exy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 1-4.

**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.

Penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk memahami interaksi sosial, misalnya dengan wawancara mendalam sehingga ditemukan penjelasan yang rinci. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti. Penelitian kualitatif berhubungan dengan ide, persepsi, atau kepercayaan orang yang diteliti dan kesemuanya tidak dapat diukur dengan angka. Format desain penelitian kualitatif terdiri dari tiga model yaitu format deskriptif, format verifikasi, dan format grounded research.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian tentang model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti berlokasi di Kota Selatpanjang Kabupate Kepulauan Meranti Provinsi Riau.

### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, mulai dari tanggal 22 Oktober 2021 sampai dengan 21 Desember 2021

## **C. Sumber Data**

### **1. Sumber Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.<sup>49</sup> Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti bagian pariwisata dengan kepala bidang pariwisata, kepala seksi pengembangan industri pariwisata, kepala

<sup>49</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, Op.Cit;h. 87.

**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.

seksi pengembangan destinasi pariwisata, dan warga lokal di Selatpanjang. Serta dua orang tokoh masyarakat setempat sebagai informan tambahan.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data ini biasanya digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek yang ada secara langsung dalam praktek lapangan. Memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan.<sup>50</sup>

**D. Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah responden yang terlibat langsung di dalam penelitian. Informan penelitian ini adalah tiga orang penting yang berada di Disarpora Kabupaten Kepulauan Meranti. Penetapan informan penelitian dengan menggunakan pengambilan sample berdasarkan tujuan .Purposive sampling dalam teknik ini siapa yang akan di ambil sebagai anggota sample pada pertimbangan pengumpulan data sesuai dengan maksud tujuan penelitian.<sup>51</sup> Jadi, pengumpulan data yang telah diberi penjelasan oleh peneliti akan mengambil siapa saja yang menurut pertimbangannya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

**Tabel 3.1**  
*Informan Penelitian*

No	Nama	NIP/Tgl Lahir	Jabatan
1.	Aida Fitriani, S,Pd, M.Pd	1974113020080 12007	Penata Tk.I / III d (Kabid Pariwisata)
2.	Ayu Kurniasari, A.Md	1984060220140 72005	Pengatur Tk.I/II d (Staf DISPARPORA)

<sup>50</sup>*Ibid*; h. 30.

<sup>51</sup> Kusnaka Adimirhardja, *Metode Penelitian Sosial (Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya)*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 63.

**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.

3.	Sri Yani	1981072520100 12002	Pengatur II c (Staf DISPARPORA)
4.	Rahmat Nusantara	28 Juni 1998	Organisasi Masyarakat (Ormas) Gagak Hitam Sambang Riau
5.	Sutrisno, S.Pt		Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti / Pengurus daerah Dewan Masjid Indonesia (DMI)

Sumber: Peneliti, 22 Oktober 2021

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi, yaitu mengumpulkan data melalui pengamatan langsung di tempat penelitian. Hasil dari pengumpulan tersebut peneliti digunakan sebagai tambahan data informasi dalam penelitian.
2. Wawancara, yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada responden.
3. Dokumentasi adalah penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, misalnya buku-buku, dokumen, jurnal, peraturan, dan lainnya.<sup>52</sup>

<sup>52</sup> Hartono, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Nusa Media), 2011, h. 62.

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.

## F. Validitas Data

Validitas data membuktikan apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>53</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan hasil wawancara informan yang satu dengan yang lain, sehingga dapat diperoleh data yang akurat.

## G. Teknis Analisis Data

Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles dan Huberman, dimana dijelaskan bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu :<sup>54</sup>

### 1. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data.<sup>55</sup>

### 2. Penyajian data

Langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagian, hubungan antar kategori, flowchart. Dengan menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. selain dengan teks yang

<sup>53</sup> Lexy J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Rosdakarya. 2007),h. 330.

<sup>54</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kulitatif Dan R&D*, (Bandung , Alfabeta. 2012), h. 250.

<sup>55</sup> Ulber Silalahi, *Metode Peneltiian Sosial Kualitatif*, (Bandung: Refika Aditama, 2015), h.500.

**Hak Cipta Diindungi 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.

naratif penyajian data juga dapat berupa : grafik, matrik, network, dan chart.<sup>56</sup>

3. Penarikan kesimpulan

Simpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Pada penelitian ini, peneliti akan memverifikasi data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti.



UIN SUSKA RIAU

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Op.Cit, h. 248.

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 IV

### GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRGA KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI

#### Visi dan Misi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti

Visi merupakan cara pandang jauh kedepan tentang kemana Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga (Disparpora) Kabupaten Kepulauan Meranti akan diarahkan dan apa yang akan dicapai. Adapun visi Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti adalah sebagai berikut:

**“Terwujudnya Meranti sebagai daerah tujuan yang berbasis kearifan lokal serta pengembangan pemuda dan olahraga yang produktif, mandiri dan berprestasi”.**

Selanjutnya, misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan sejalan dengan upaya pencapaian visi yang telah ditetapkan dengan memperhatikan kondisi objek. Maka misi pengembangan Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti adalah:

1. Meningkatkan destinasi pariwisata kabupaten yang berdaya saing tinggi dan melestarikan kesenian daerah.
2. Meningkatkan pemberdayaan pemuda yang produktif, berdaya saing tinggi dan berprestasi dalam dunia olahraga.
3. Meningkatkan pelayanan publik dan sarana prasarana pemuda dan olahraga

#### Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan sasaran merupakan alat yang dipergunakan untuk dapat mencapai visi dan misi, Tujuan merupakan hasil yang ingin dicapai dalam kurun waktu lebih dari satu tahun selaras dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Penetapan tujuan didasarkan kepada faktor-faktor kunci keberhasilan. Dalam rangka merealisasikan misi sasaran meruapakan tujuam



**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.

yang telah ditetapkan, dijabarkan kedalam bentuk yang lebih spesifik, sehingga sasaran harus selaras dengan tujuan.

Sasaran menggambarkan hal-hal yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu melalui tindakan/kegiatan yang bersifat spesifik, rinci, dapat diukur dan dapat dicapai, sinerjik dan berkelanjutan. Sasaran dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu sasaran tahunan dan sasaran lima tahun. Sasaran tahunan adalah sasaran yang ingin dicapai dalam satu tahun tertentu (dinyatakan dalam rencana kinerja tahunan/ RKT) sasarannya harus mendukung tercapainya tujuan dan misi dalam upaya merealisasikan visi. Untuk lebih jelasnya, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti tahun 2022-2026, secara rinci dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**

*Tujuan dan Sasaran Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti Tahun 2022*

No	Tujuan	Sasaran
1.	Meningkatkan Kepariwisataaan Kabupaten Kepulauan Meranti yang berkualitas	Meningkatnya kepariwisataan Kabupaten Kepulauan Meranti yang berkualitas
2.	Mengembangkan ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya	Meningkatnya eknomi kreatif yang berbasis seni dan budaya
3.	Meningkatkan peran serta organisasi pemuda dalam pembangunan daerah serta meningkatkan prestasi olahraga	Peran serta organisasi pemuda dalam pembangunan dan prestasi olahraga
4.	Meningkatkan sarana dan prasarana olahraga	Meningkatnya sarana dan prasarana olahraga
5.	Meingkatkan pelayanan publik terhadap masyarakat	Meningkatnya pelayanan publik terhadap masyarakat

*Sumber: Arsip Disparpora tahun 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagaimana visi dan misi yang telah ditetapkan untuk keberhasilan tersebut perlu ditetapkan tujuan Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti, yang ditempuh melalui penetapan beberapa sasaran, dimana antara yang satu dengan yang lainnya saling terkait. Selain itu, Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti juga memiliki strategi dan arah kebijakan yang perlu dilakukan, sebagaimana yang tercantum pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2**

*Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Kegiatan Disparpora*

<b>Visi</b>	:Menjadikan Kabupaten Kepulauan Meranti Maju, Cerdas, dan Bermartabat di Provinsi Riau Indonesia		
<b>Misi 2</b>	:Meningkatkan dan pemerataan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia beriman dan bertakwa yang memiliki daya saing		
<b>Misi 4</b>	:Menciptakan produktivitas perekonomian masyarakat		
<b>Tujuan</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Strategi</b>	<b>Kebijakan</b>
Meningkatkan kepariwisataan Kabupaten Kepulauan Meranti yang berkualitas	Meningkatnya kepariwisataan Kabupaten Kepulauan Meranti yang berkualitas	1. Melaksanakan kegiatan untuk pengembangan destinasi pariwisata 2. Melaksanakan kegiatan promosi pariwisata	1. Membuat program untuk mendukung pengembangan destinasi pariwisata 2. Program promosi pariwisata
Meningkatkan ekonomi kreatif yang berbasis seni dan budaya	Meningkatnya ekonomi kreatif yang berbasis seni dan budaya	1. Melaksanakan festival ekonomi kreatif 2. Melakukan pelatihan untuk menciptakan	1. Pemberdayaan kelompok yang kreatif

**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.

		produk baru	
Meningkatkan peran serta organisasi pemuda dalam pembangunan daerah serta meningkatkan prestasi olahraga	Peran serta organisasi pemuda dalam pembangunan dan prestasi olahraga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melaksanakan kegiatan untuk menghasilkan wirausahawan yang berkualitas dan berdaya saing</li> <li>2. Melaksanakan kegiatan pembinaan atlet</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melaksanakan pelatihan kewirausahaan</li> <li>2. Melaksanakan pembinaan terhadap para atlet untuk dijadikan atlet yang berprestasi</li> </ol>
Meningkatkan sarana dan prasarana pemuda dan olahraga	Meningkatnya sarana dan prasarana pemuda dan olahraga	1. Pengembangan sarana prasarana pemuda dan olahraga	1. Membuat program pendukung pengembangan sarana prasarana dan olahraga
Meningkatkan pelayanan publik terhadap masyarakat	Meningkatnya pelayanan publik terhadap masyarakat	1. Melaksanakan sosialisasi pelayanan publik	2. Memperbanyak Sosialisasi/pelatihan tentang pelayanan publik

Sumber: Arsip Disparpora tahun 2021

**Komponen Rencana Strategis**

Perencanaan kinerja ini merupakan proses penyusunan rencana kinerja dimana Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti sebagai penjabaran dari sasaran dan program yang telah ditetapkan dalam rencana strategis Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten

**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.

Kepulauan Meranti, tahun 2022-2026 yang akan dilaksanakan oleh masing-masing bidang di lingkungan Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti melalui berbagai kegiatan tahunan.

Di dalam rencana kinerja ditetapkan rencana pencapaian kinerja tahunan untuk seluruh indikator kinerja yang ada pada tingkat sasaran dan kegiatan. Penyusunan rencana kinerja dilakukan seiring dengan agenda penyusunan dan kebijakan anggaran, serta merupakan komitmen bagi instansi pemerintah untuk mencapainya dalam tahun tertentu. Dokumen rencana kinerja tahunan ini memuat informasi tentang: sasaran yang ingin dicapai, indikator kinerja sasaran, dan rencana capaiannya, program, kegiatan, serta kelompok indikator.

**Tabel 4.3**

No.	Indikator Kinerja	Satuan	Tahun 2020		%	Tahun 2021	%
			Target	Realisasi		Target	
1.	Jumlah kunjungan wisatawan	Orang	39.000	171.863	440.67	39.500	100
2.	Rata-rata lama tinggal wisatawan	Hari	4	N/A	N/A	4	100
Rata-rata capaian kinerja					440.67		100

*Sumber: Arsip Disparpora tahun 2021*

Apabila dibandingkan dengan target akhir Renstra Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti periode 2016-2021, maka realisasi indikator kinerja jumlah kunjungan wisatawan tahun 2020 mencapai 440.67 % disbanding dengan target akhir periode Renstra sebesar 100%. Dengan capaian pada tahun 2020 ini Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti sudah bisa melebihi target akhir Renstra. Hal ini dapat dikatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan sangat

**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.

baik, namun untuk rata-rata lama tinggal tidak bisa dihitung karena pandemi Covid-19 di tahun 2020.

Realisasi program kegiatan dan anggaran Disparpora untuk sasaran I dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4**

*Program, Kegiatan, Anggaran, dan Output yang Dihasilkan Sasaran I*

No	Program	Kegiatan	Pagu Anggaran (Rp)	Realisasi Anggaran (Rp)	Output	Menunjang / Kurang
1	Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata	Pengadaan Bahan dan Promosi Pariwisata	50.000.000	50.000.000		Menunjang
		Festival Perang Air (Cian Cui)	185.000.000	185.000.000		Menunjang
		Festival Jung Titis	0	0		Tidak Menunjang
		Festival Lampu Colok	0	0		Menunjang
		Pemilihan Bujang dan Dara dan Duta Wisata	0	0		Tidak Menunjang

Sumber: Arsip Disparpora tahun 2021

Selain itu, untuk lebih jelasnya, berikut ini dilampirkan target capaian kerja Rensta Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti. Target tersebut bisa dijadikan salah satu acuan bagi Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti untuk meningkatkan target tahun berikutnya.

**Tabel 4.5**

*Target Capaian Kinerja Rensta Disparpora*

Tujuan	Sasaran	Indikator Tujuan/ Sasaran	2021	2022	2023	2024
1. Meningkatkan Kepariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti	Meningkatkannya Kepariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti	Jumlah kunjungan wisatawan	39.500	41.500	43.500	45.700
		Rata-rata lama tinggal wisatawan	2	2	2	2
2. Meningkatkan ekonomi kreatif yang berbasis seni dan budaya	Meningkatkannya ekonomi kreatif yang berbasis seni dan budaya	Jumlah produk kreatif berbasis seni dan budaya	80	95	110	125
3. Meningkatkan peran serta organisasi Pemuda dalam membangun daerah serta meningkatkan prestasi	Peran serta organisasi pemuda dalam pembangunan dan prestasi	Jumlah wirausaha muda	110	65	70	75
		Jumlah Presentasi pemuda di bidang olahraga	5	6	8	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang	4.	Meningkatkan sarana dan prasarana olahraga	olahraga	tingkat provinsi dan / nasional				
		Meningkatkan sarana dan prasarana olahraga	Meningkatkannya sarana dan prasarana olahraga	Presentase sarana dan prasarana olahraga yang baik	95	95	98	98
	5.	Meningkatkan pelayanan publik terhadap masyarakat	Meningkatkannya pelayanan publik terhadap masyarakat	Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM)	80	80	83	83

Sumber: Arsip Disparpora tahun 2021

Keberhasilan atau kegagalan pencapaian kinerja Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti yang berkualitas disebabkan faktor pendukung dan penghambat yang ada pada lingkungan internal dan eksternal yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung:

- a. Festival Cian Cui (Perang Air) merupakan daya tarik yang luar biasa bagi wisatawan berkunjung ke Kepulauan Meranti

2. Faktor Penghambat:

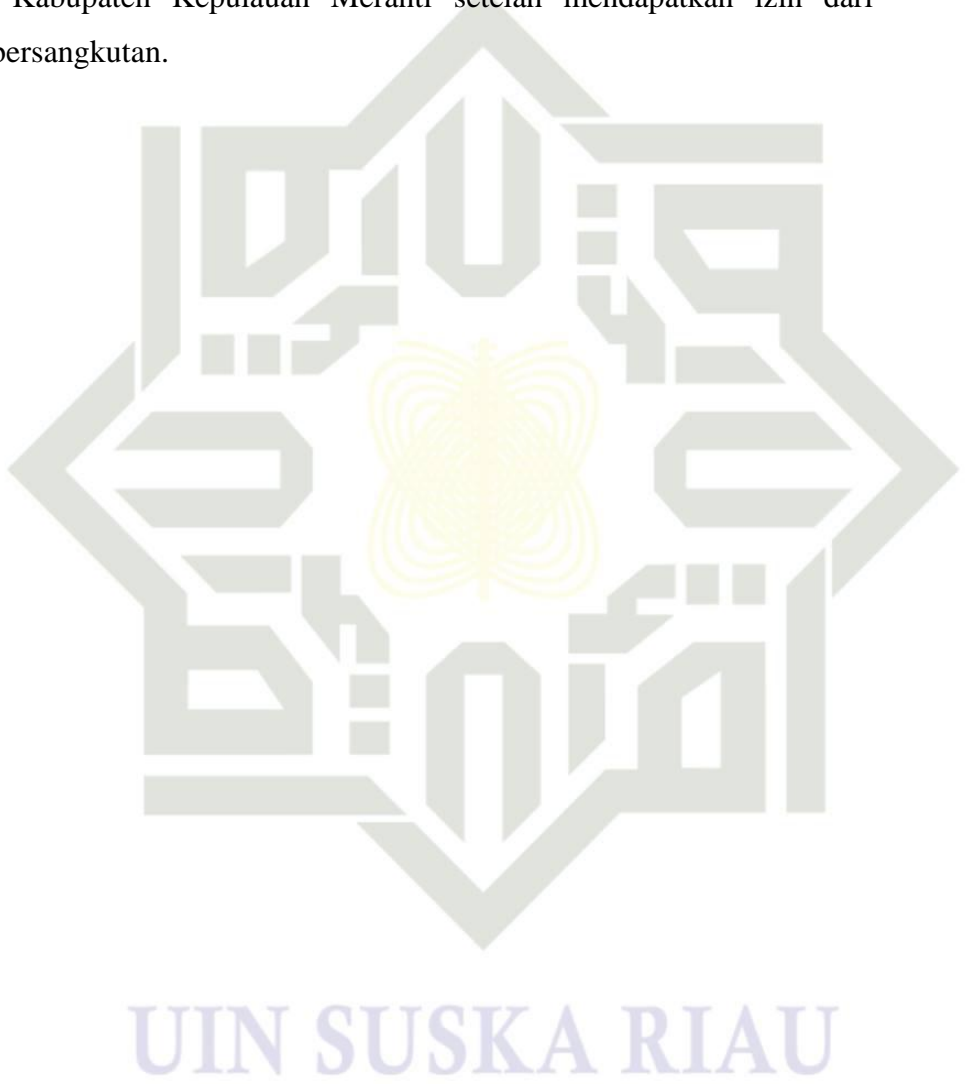
- a. Masih kurangnya objek destinasi wisata di Kabupaten Kepulauan Meranti
- b. Kurangnya sumber daya yang berkualitas dalam pengembangan kepariwisataan
- c. Sarana dan prasarana pendukung dalam menunjang kepariwisataan

**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. Pandemi Covid-19 sehingga wisatawan tidak bisa berkunjung ke kabupaten Kepulauan Meranti

Demikianlah gambaran umum tempat penelitian yaitu Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti yang terletak di Kota Siatpanjang. Data tersebut diambil langsung dari arsip Dinas Pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti setelah mendapatkan izin dari petugas yang bersangkutan.





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 VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta berdasarkan fakta dan data yang diperoleh di lapangan, adapun kesimpulan model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti dalam penelitian ini yaitu :

1. Model Komunikasi Disparpora dalam Mempromosikan Festival Cian Cui sebagai kegiatan wisata daerah mengarah ke model komunikasi interaksional. Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) sebagai respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Melalui komunikator maka adanya pesan-pesan dengan memanfaatkan media langsung dan tidak langsung sehingga adanya *feedback* dengan adanya kunjungan wisatawan dalam Festival Cian Cui.
2. Model komunikasi Disparpora dalam mempromosikan Festival Sungai Bokor sebagai kegiatan wisata daerah juga mengarah ke model komunikasi interaksional di mana pesan yang disampaikan oleh komunikator sampai pada komunikan dengan memanfaatkan media langsung dan tidak langsung sehingga adanya umpan balik atau *feedback* yaitu adanya wisatawan yang berkunjung dalam Festival Sungai Bokor sehingga meningkatkan sektor pariwisata dan perekonomian masyarakat.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa model komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti dalam mempromosikan kegiatan wisata daerah menggunakan model komunikasi Interaksional.

**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.

## **B. Saran**

Sebagai langkah terakhir dalam proses penelitian ini, maka peneliti memberikan saran ataupun masukan yang berkaitan dengan masalah yang peneliti teliti. Adapun yang menjadi saran dalam penelitian ini yaitu :

1. Kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti khususnya Bidang Pariwisata agar dapat melakukan kerjasama yang baik di bidangnya yaitu antara seksi pengembangan destinasi pariwisata, seksi pengembangan pemasaran pariwisata, dan pengembangan industri pariwisata
2. Kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti khususnya Bidang Pariwisata agar terus bersinergi dalam mempromosikan Festival Cian Cui dan Sungai Bokor sebagai kegiatan wisata di daerah Kepulauan Meranti dengan memanfaatkan media sosial yang lebih luas untuk menjangkau wisatawan domestik dan mancanegara.
3. Kepada masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi aktif dalam mempromosikan Festival Cian Cui dan Sungai Bokor sebagai kegiatan wisata daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti untuk meningkatkan sektor pariwisata sehingga tradisi yang ada di daerah tetap dapat dilestarikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adimihardja, Kusnaka. 2002. *Metode Penelitian Sosial (Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bongin. 2015. *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta: Prenada Group
- Cangara, Hafid. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Efendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya
- Fiske, John. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Press
- Hartono. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Nusa Media
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moriarty, Sandra, dkk. 2000. *Advertising*. Jakarta: Grasindo
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Musanef. 1996. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung

### 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 Diindungi 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.

- Rahmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rosmawaty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran,
- Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press
- Shalahi, Ulber. 2015. *Metode Peneltian Sosial Kualitatif*. Bandung: Refika Aditama
- Soekadijo. 1997. *Anatomi Pariwisata : Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Lingkage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Stephen, Robbins, P dan Timothy A Judge. 2014. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sunyoto, Danang *Strategi Pemasaran*. 2015. Yogyakarta: PT Buku Seru
- Sranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sstina, 2003. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tyastuti, Siti. 2009. *Komunikasi dan Konseling*. Yogyakarta: Fitramaya
- Wibowo. 2013. *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Widjaya. 1997. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara
- Yoeti, Oka A. 1994. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**Jurnal**

Mahardika, Bonawati dkk. 2020. *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Melestarikan Festival Bunga dan Buah di Kabupaten Karo*, dalam jurnal “Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi”. Vol 5 No 1

Rianto, Slamet dan Santri. 2018. *Kendala Dan Upaya Pengembangan Objek Wisata Bono Di Sungai Kampar Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan Riau*, dalam Jurnal Spasial Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP PGRI Sumatera Barat. Vol 1, No. 2

Susanti, Hevi. 2021. *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pelalawan dalam Mempromosika Wisata Cagar Biosfer Dunia*”, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 10, No 2

Tunggala, Suanti dk. 2019. *Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai* dalam Jurnal “Komunikasi”, Vol 11 No 2

**Wawancara**

Fitriani, Aida. 2021. *Hasil Wawancara dengan Kepala Bidang Pariwisata Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti di Kantor Disparpora* Selatpanjang: Disparpora

Kurniasari, Ayu. 2021. *Hasil Wawancara dengan Pengatur Tk.I/ II d Staf Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti di Kantor Disparpora*. Selatpanjang: Disparpora

Rahmat Nusantara. 2022. *Hasil Wawancara dengan Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti / Ormas Gagak Hitam Sambang Riau*. Selatpanjang: Media Online

Sutrisno. 2022. *Hasil Wawancara dengan Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti / Pengurus daerah DMI Kabupaten Kepulauan Meranti*. Selatpanjang: Media Online

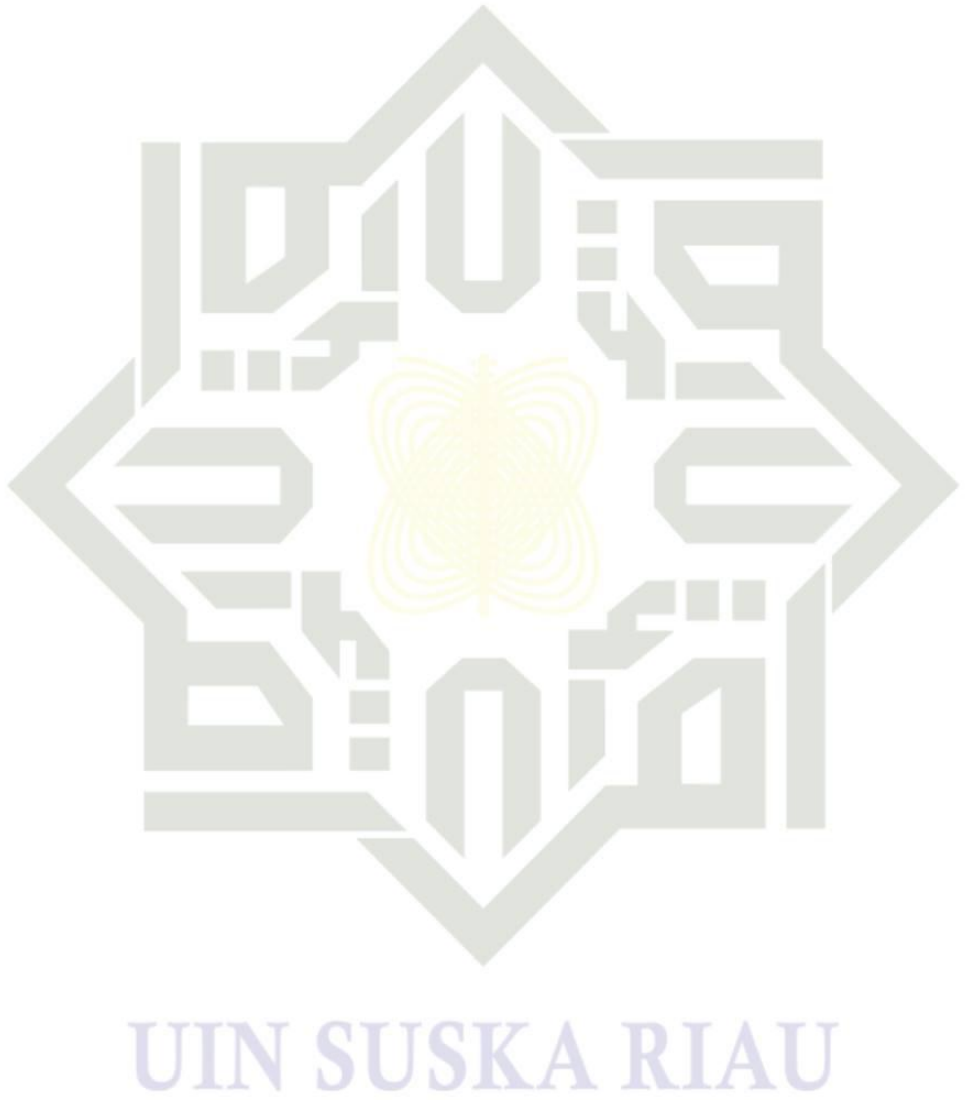
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang 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.

Yeni,Sri. 2021. *Hasil Wawancara dengan Pengatur Tk. II c Staf Disparpora Kabupaten Kepulauan Meranti di Kantor Disparpora. Selatpanjang: Disparpora*





**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.

## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen penelitian maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui model komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) dalam Mempromosikan Festival Agar Menjadi Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti.

Adapun yang menjadi informan dalam penulisan ini adalah:

- a. 1 (satu) orang Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti
- b. 1 (satu) orang Pengatur TK. I/II d (Staf Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti)
- c. 1 (satu) orang Pengatur II c (Staf Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti)

Adapun beberapa pertanyaan yang dipertanyakan oleh peneliti dalam wawancara, yaitu sebagai berikut

#### *Daftar pertanyaan informan kunci :*

1. Siapa yang menjalankan fungsi humas di Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
2. Bagaimana pembagian *jobdesc* di Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dalam pengelolaan berbagai festival?
3. Apa saja festival tahunan yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti? Dari banyaknya festival yang ada di Kepulauan meranti, apa festival unggulan yang ada di meranti
4. Apa saja ciri khas festival yang ada di Kepulauan Meranti yang membedakan dengan daerah lainnya?
5. Bagaimana model komunikasi yang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dalam mempromosikan berbagai festival tahunan agar menarik minat calon wisatawan?

**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.
6. Dalam mempromosikan festival tersebut siapakah yang bertindak sebagai komunikator mewakili Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti untuk mempromosikan kepada calon wisatawan?
  7. Media apa saja yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dalam mempromosikan berbagai festival?
  8. Seiring dengan perkembangan zaman, apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki media social khusus yang digunakan untuk postingan festival?
  9. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki admin media untuk mengelola berbagai postingan terkait festival dan acara lainnya?
  10. Siapa yang menjadi target Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dalam mempromosikan festival
  11. Selain komunikasi melalui media apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti pernah secara langsung mempromosikan festival-festival yang ada di Kepulauan Meranti?
  12. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti pernah mengadakan event khusus yang bertujuan untuk mempromosikan festival-festival yang ada di Kepulauan Meranti?
  13. Apa saja strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti untuk meningkatkan minat calon wisatawan agar tertarik dengan festival yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
  14. Selama berjalannya festival di Kepulauan Meranti tahun berapakah yang mendapat banyak perhatian oleh wisatawan?
  15. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari komunikasi yang dilakukan oleh Disparpora baik secara langsung maupun melalui media terhadap peningkatan wisatawan?
  16. Apa saja pesan-pesan komunikasi yang disampaikan lewat media untuk meningkatkan minat calon wisatawan?



Hak Cipta Diindungi 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.

17. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti pernah membuat spanduk, selebaran, banner, dan berbagai jenis media cetak lainnya yang bertujuan untuk menarik minat calon wisatawan?
18. Siapa saja yang menjadi stakeholder yang bekerja sama dalam mempromosikan festival-festival tersebut?
19. Selama pengelolaan festival tahunan apa saja kendala yang ditemukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti? Jika mengalami kendala, Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dalam menghadapi kendala tersebut?
20. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki anggaran khusus untuk festival? Jika tidak darimana Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti memperoleh sumber anggaran?

**Daftar wawancara informan tambahan (Staf Disparpora)**

1. Apakah semua divisi di Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti dilibatkan dalam pengelolaan festival tahunan?
2. Apakah festival-festival yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti memiliki peranan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar?
3. Bagaimana strategi yang disusun oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti untuk meningkatkan minat calon wisatawan?
4. Dengan adanya pelaksanaan festival yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti, apakah memiliki potensi untuk meningkatkan citra dan reputasi Kabupaten Kepulauan Meranti?
5. Apakah masyarakat di Kabupaten Kepulauan Meranti sudah banyak yang mengetahui tentang festival tahunan yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
6. Bagaimana *planing* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti untuk membuat masyarakat di Kabupaten Kepulauan Meranti agar memiliki pemahaman tentang berbagai festival tahunan yang dilaksanakan?

**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.

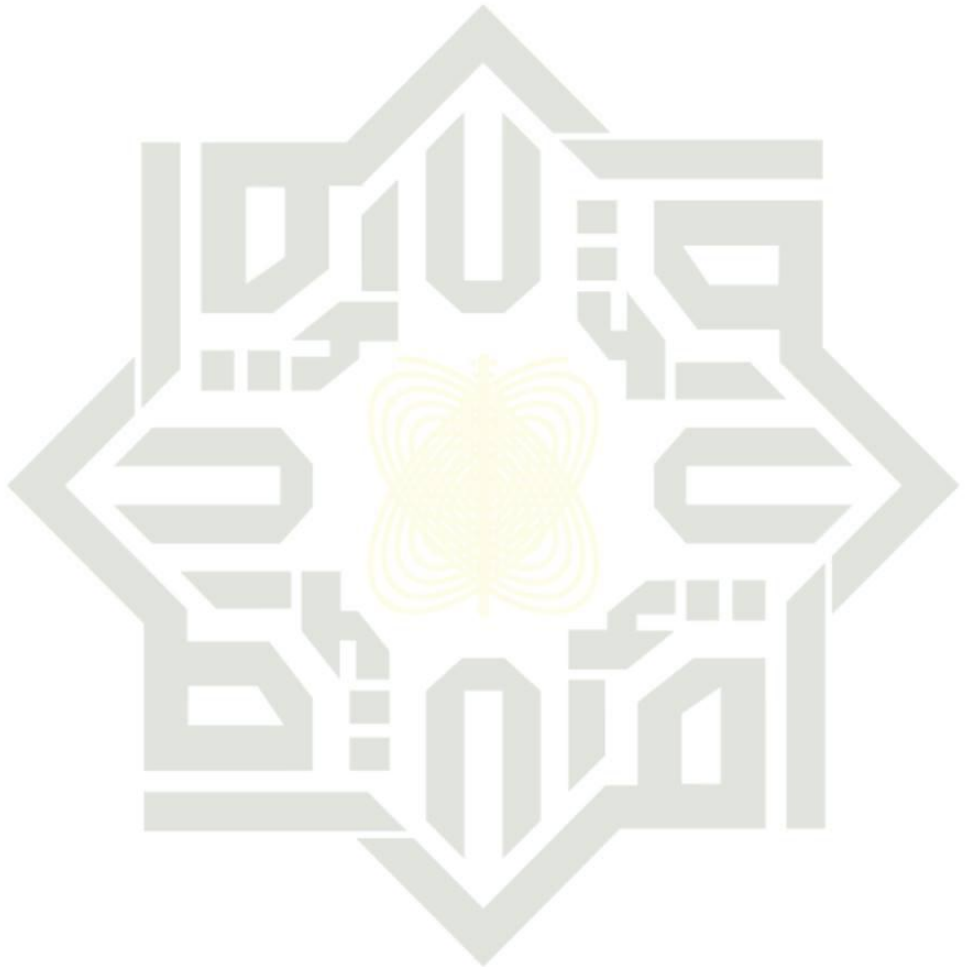
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Apa yang menjadi alasan utama lambatnya penyabaran informasi terkait festival-festival yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti?
8. Mengapa masih ada beberapa masyarakat khususnya dari kalangan pemuda-pemudi yang belum mengetahui festival tahunan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
9. Dari beberapa festival tahunan yang sudah pernah dilaksanakan, apa saja perbaikan yang diperlukan agar lebih meningkat minat dan daya Tarik calon wisatawan?
10. Apakah pemerintah Kabupaten Kepulauan Meranti turut mendukung pelaksanaan festival yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
11. Selama beberapa tahun belakangan, festival apa saja yang mendapat perhatian khusus dari para wisatawan?
12. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti pernah mengalami kesulitan dalam ketersediaan anggaran untuk melaksanakan festival?, jika pernah, siapa saja pihak-pihak yang berperan menjadi donatur untuk pelaksanaan festival tersebut?
13. Apa saja persiapan-persiapan secara teknis dan sistematis yang diperlukan sebelum pelaksanaan festival tahunan?
14. Apa harapan Ibu untuk festival tahunan yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?

***Daftar wawancara informan tambahan (Staf Disparpora)***

1. Apakah anda mengetahui berbagai festival yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti? jika tahu, apa saja festival tersebut?
2. Bagaimana anda mengetahui festival yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti?
3. Apakah anda pernah membaca berita atau melihat postingan-postingan di berbagai media mengenai festival yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti? jika pernah media apa yang anda baca?

4. Dari beberapa festival yang pernah diadakan di Kabupaten Kepulauan Meranti, festival manakah yang paling menarik dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan?
5. Apa saja festival yang pernah anda kunjungi? Dan apa kesan yang anda dapatkan dari festival tersebut?



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Diindungi 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.

**LAMPIRAN 2**

**DOKUMENTASI PENELITIAN**



**Kantor Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten kepulauan Meranti**

**Sumber: Peneliti, 20 Desember 2021**



**Wawancara dengan Kabid Pariwisata Ibuk Aida Fitriani, M.Pd**

**Sumber: Peneliti, 25 Oktober 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara dengan Staf Pariwisata Ibuk Sri Yani**

**Sumber: Peneliti, 25 Oktober 2021**



**Wawancara dengan Staf Pariwisata Ibuk Ayu Kurniasari, A.Md**

**Sumber: Peneliti, 25 Oktober 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Wawancara *Online* dengan dengan Rahmat Nusantara selaku masyarakat/Ormas Gagak Hitam Sambang Riau**

**Sumber: Peneliti, 26 Februari 2022**



**Wawancara *Online* dengan dengan Sutrisno, S.Pt selaku masyarakat/Pengurus DMI Kabupaten Kepulauan Meranti**

**Sumber: Peneliti, 26 Februari 2022**

**Sumber: Peneliti, 26 Oktober 202**



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0781) 39084 Fax. (0781) 39117 PEKANBARU  
 Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 603/DPMPPTSP/INOM/IZIN-RISET/42781  
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1/04/2021

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Pra Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-8060/UN.04/UN/PP.00.8/07/2021 Tanggal 18 Juli 2021, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

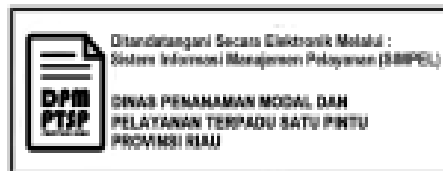
1. Nama	:	FERDAWATI PUTRI
2. NIM / KTP	:	11743201869
3. Program Studi	:	ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN FESTIVAL BOKOR SEBAGAI WISATA DAERAH PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA
7. Lokasi Penelitian	:	DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 27 Juli 2021



**Tembusan :**

Ditampilkan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kepulauan Meranti  
Up. Kepala DPMPPTSP dan Tenaga Kerja di Selatpanjang
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan

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

## BIOGRAFI PENULIS



**FERDAWATI PUTRI**, lahir pada tanggal 04 Juli 1999 di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti provinsi Riau. Penulis merupakan anak kedua dari lima bersaudara, dari Ayahanda **Zul Saleh** dan Ibunda **Fauziah**. Pada tahun 2004 Penulis memulai Pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Bhayangkhari lulus pada tahun 2005. Selanjutnya, penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 04 Selatpanjang lulus pada tahun 2011. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTs Negeri Selatpanjang dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 02 Tebing Tinggi dan lulus pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2017 penulis diterima menjadi salah satu mahasiswa Strata-1 (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan Jurusan Ilmu Komunikasi melalui jalur SBMPTN.

Dalam masa perkuliahan penulis telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Alai Kabupaten Kepulauan Meranti pada tahun 2020 dan telah melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor KOMINFO provinsi Riau. Selanjutnya melaksanakan penelitian yang berjudul “**Model Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Mempromosikan Festival sebagai Kegiatan Wisata Daerah di Kabupaten Kepulauan Meranti**”. Pada tanggal 13 April 2022 penulis melaksanakan ujian Munaqasyah Skripsi dan dinyatakan “LULUS” dengan prediket yang sangat memuaskan dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

### 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.