

BUJANG DAN DARA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Oleh: Siti Yulaichah

Email: sitiyulaichah49@gmail.com

Dosen Pembimbing: Dr. Febri Yuliani, S.Sos, M.Si

**Jurusan Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau**

**Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru
28293-Telp/Fax. 0761-63277**

ABSTRAK

Kabupaten Indragiri Hulu mempunyai objek wisata yang dapat dinikmati oleh masyarakat, baik dalam negeri maupun luar negeri. Dalam skripsi ini penulis hanya membahas tentang bagaimana Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu serta untuk mengetahui faktor penghambat Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu.

Penelitian ini menggunakan teori Hamdani untuk mengetahui bagaimana sales promotion (promosi penjualan), public relation (hubungan masyarakat), serta world of mouth (informasi dari mulut ke mulut). Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif yang menggunakan teknik purposive sampling. Metode ini tidak menggunakan populasi dan sampel, karena jika data yang terkumpul sudah mendalam dan menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu dicari sampling lainnya. Sedangkan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu masih dalam kategori belum optimal. Kurang maksimalnya dalam penggunaan anggaran dan kurang tahunya masyarakat terhadap kontribusi setiap Bujang dan Dara yang terpilih selain itu masih belum ada kejelasan dari pengelola suatu objek wisata itu sendiri, selain itu masa jabatan seorang Bujang dan Dara relatif singkat. Hal ini menjadi faktor penghambat dalam mempromosikan suatu objek wisata.

Kata Kunci : Pariwisata, Promosi, Bujang dan Dara

BUJANG AND DARA IN PROMOTING TOURISM IN INDRAGIRI HULU

By: Siti Yulaichah

Email: sitiyulaichah49@gmail.com

Adviser: Dr. Febri Yuliani, S.Sos, M.Si

Department of Public Administration Faculty of Social and political sciences

University of Riau

Bina Widya Campus Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru

28293-Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Indragiri Hulu has attractions that can be enjoyed by the community, in domestically and abroad. In this paper the author only discusses how Bujang and Dara in promoting tourism. The purpose of this study is to determine how Bujang and Dara in promoting tourism in Indragiri Hulu and to identify inhibiting factors Bujang and Dara in promoting tourism in Indragiri Hulu.

This study uses the theory of Hamdani to know how sales promotion, public relations, and world of mouth (information by word of mouth). Type of this research is qualitative descriptive method by using purposive sampling technique. This method does not use population and sample, because if the data collected is already deep and explain the phenomenon under investigation, then no need to look for another sampling. While data collection techniques in this research is by using observation, interview and documentation.

Based on the results of research and discussion it can be concluded that the Bujang and Dara in promoting tourism in Indragiri Hulu is still in the category has not been optimal. Less maximum budget spending and public ignorance of the contribution of each Bujang and Dara were selected, but it is still no clarity from the manager of that tourist attraction, however the period of position a Bujang and Dara too brief. This is the inhibiting factor in promoting an attraction.

Keywords: Tourism, Promotion, Bujang and Dara

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu belakang ini semakin tidak diketahui oleh banyak orang. Pernyataan tersebut didukung oleh berbagai fakta yang ada. Dulu Kabupaten Indragiri Hulu terkenal dengan penghasil mie sagu terbaik di Riau tetapi sekarang Kep.Meranti lah yang menjadi penghasil mie sagu terkenal. Bahkan bisa dibilang orang tidak tahu bahwa dulunya Indragiri hulu lah penghasil mie sagu terbaik. Hal ini juga yang menjadikan Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata nantinya untuk melakukan pemilihan Bujang dan Dara untuk bekerja sama dalam mempromosikan objek pariwisata yang ada.

Ajang pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu adalah pemilihan duta pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu yang mana diharapkan memiliki tugas dan tanggung jawab terhadap gelar yang disandangnya dalam membantu dinas terkait untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu.

Filosofi dari pemilihan Bujang dan Dara itu sendiri yaitu Bujang dan Dara yang terpilih diharapkan bisa menjadi sosok pemandu wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa. Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik dan diarahkan untuk menggapai terwujudnya generasi yang berkualitas, santun dan berdedikasi dalam melestarikan budaya, serta berperan aktif dalam promosi suatu wisata. Selain mencari seorang pemandu wisata filosofi dari pemilihan bujang dara yaitu untuk mencari pemuda maupun pemudi yang akan dijadikan seorang pemandu wisata dan mampu mengangkat citra baik pariwisata daerah.

Berdasarkan surat edaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif Provinsi Riau nomor: 556/DPEK/111/2015/162, akan melaksanakan kegiatan pembinaan Duta Wisata dengan tujuan meningkatkan kemampuan/pengetahuan para Bujang dan Dara tentang berbagai aspek yang berkaitan dengan pengetahuan umum, pariwisata yang berbasis Budaya serta berbahasa asing dalam pengembangan kepariwisataan di Provinsi Riau surat edaran ini yang akan membiayai semua kegiatan pemilihan Bujang dan Dara.

Untuk mempromosikan daerah wisata diperlukan usaha nyata yang bisa menyampaikan informasi pariwisata agar bisa mudah diterima oleh masyarakat kebanyakan. Selain itu sarana prasarana juga ikut mendukung maju mundurnya suatu pariwisata di daerah, bagaimana wisatawan mau berkunjung ke daerah tujuan wisata jika fasilitas yang mereka inginkan tidak mendukung. Misalnya saja tidak tersedianya fasilitas umum seperti jaringan wifi yang bisa mempermudah mereka untuk bisa berkomunikasi dengan teman-temannya, hal ini juga bisa membantu dinas terkait untuk mempromosikan suatu wisata karena mereka akan bercerita dengan temannya ataupun saudaranya untuk mau berkunjung ketempat wisata yang sedang ia kunjungi. Selain itu kurang tersedianya fasilitas umum lainnya seperti: tempat untuk menginap bagi si pengunjung hal ini mengakibatkan banyak calon pengunjung berfikir untuk mau datang, mck yang tersedia sudah tidak layak pakai lagi. Hal lain yang ikut mempengaruhi promosi wisata di Indragiri Hulu adalah pihak pengelola yang masih belum jelas siapa apakah pihak swasta, dinas atau anggota masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah Bujang dan Dara dalam mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Indragiri Hulu?
2. Apa saja faktor penghambat Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata Di Kabupaten Indragiri Hulu?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimanakah Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan berupa sumbangan pemikiran bagi perkembangan Ilmu Administrasi Negara, khususnya yang akan mengkaji tentang promosi pariwisata.
2. Bahan masukan bagi Bujang dan Dara yang sedang mempromosikan pariwisata yang ada Di Kabupaten Indragiri Hulu.
3. Sebagai salah satu sumber pemikiran dan informasi serta bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya pada bidang yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pariwisata

Menurut para ahli bahasa, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua suku kata, yaitu pari

dan wisatawan. Pari berarti seluruh, semua dan penuh, wisata berarti perjalanan. Dengan demikian pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan penuh, yaitu berangkat dari suatu tempat, menuju dan singgah, di beberapa tempat, dan kembali ke tempat asal semula. Istilah "pariwisata" konon untuk pertama kalinya digunakan oleh Presiden Soekarno dalam suatu percakapan padanan dari istilah asing *tourism*.

Menurut **Pendit (1990)**, pariwisata adalah salah satu jenis industry baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang komplek juga meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya seperti industry kerajinan dan cinderamata, penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industry.

Dan disimpulkan oleh Yoeti (1996) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukakan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (bisnis) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

2.2 Konsep Promosi

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 82) dapat diringkas bauran pemasaran bisnis jasa dari unsur promosi untuk melakukan fokus utama, karena keberhasilan dalam promosi jasa tergantung pada:

1. Kemampuan mengidentifikasi audiens target sesuai segmen pasar.
2. Kemampuan menentukan tujuan promosi: apakah untuk

menginformasikan, mempengaruhi, atau mengingatkan.

3. Kemampuan mengembangkan pesan yang disampaikan: terkait dengan isi pesan (apa yang harus disampaikan), struktur pesan (bagaimana menyampaikan pesan secara logis), gaya pesan (ciptakan bahasa yang kuat), dan sumber pesan (siapa yang harus menyampaikannya).
4. Kemampuan memilih bauran komunikasi: apakah komunikasi *personal* atau komunikasi *non personal*.

Selanjutnya menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 74), hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*). Bauran promosi tersebut terdiri atas berikut ini penjelasan dari bauran promosi :

1. Promosi penjualan (*sales promotion*)
2. Hubungan masyarakat (*public relation*)
3. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Faktor yang mempengaruhi promosi menurut Kotler dan Armstrong (2009: 97) yaitu: dana yang tersedia, sifat pasar, jenis produk, tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang.

2.3 Brand Ambassador

Menurut Philip Kotler, seorang *Brand Ambassador* yang sangat berpengaruh disebabkan memiliki kredibilitas yang didukung dengan faktor keahlian, sifat dapat dipercaya dan adanya kesukaan. Daya tarik merupakan unsur-unsur atau elemen yang dimiliki seorang *Brand Ambassador* yang meliputi keramahan, menyenangkan, fisik, dan pekerja sebagai beberapa dimensi penting dari konsep daya tarik agar mampu menarik perhatian konsumen sedangkan

kredibilitas adalah suatu nilai kepercayaan dalam diri seorang *Brand Ambassador* dalam meyakinkan konsumen mengenai produk yang sedang dipromosikan. Kredibilitas ini dimaksudkan agar seorang *Brand Ambassador* memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak atas produk dan serta cakap dalam menyampaikan pesan-pesan atas produk yang sedang dipromosikan. (Buku *Pemasaran Strategik: Strategi untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai bagi Pemegang Saham*).

Brand Ambassador disebut juga *Brand Evangelist*. Mereka adalah orang-orang pemakai brand yang sangat *excited* terhadap produk dan servis sebuah brand, sehingga mereka sukarela untuk merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya. Mereka adalah seseorang yang telah mempunyai kedekatan secara emosional terhadap brand, secara alami. *Brand Ambassador* mau menjelaskan hal-hal, baik mengenai brand yang digunakannya karena brand ini mempunyai peranan penting dalam hidupnya.

2.4 Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication)

Pengertian Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi pemasaran dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur pokoknya yaitu komunikasi dan pemasaran, komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dengan individu. Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya. Sedangkan komunikasi pemasaran mempresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran merek yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan

suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau kliennya.

2.5 Bujang dan Dara

Bujang Dara adalah pemuda-pemudi yang dipilih dengan cara diseleksi terlebih dahulu melalui proses pemilihan dengan berbagai tahapan seleksi yang berada dibawah pengawasan langsung Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu. Setelah Bujang Dara terpilih hal ini mengharuskan mereka untuk supaya di didik, dibina, dimanajemeni oleh suatu instansi terkait agar mereka paham tugas mereka sesungguhnya dipilih menjadi seorang Bujang Dara dan juga setelah itu agar tujuan dari organisasi tersebut tercapai.

Bujang Dara adalah sosok yang dianggap mampu bekerja sama dengan pemerintah setempat untuk ikut mempromosikan suatu daerah tertentu khususnya pada potensi pariwisata daerah tersebut. Bujang Dara diharapkan sebagai ikon daerah yang mampu menjadi pembicara dan membagikan informasi tentang potensi pariwisata suatu daerah pada masyarakat luas sehingga tertarik untuk mengunjungi daerah pariwisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu pengolahan data atau informasi yang diperoleh dilapangan berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan. Kemudian penelitian ini menggunakan triangulasi data sebagai kegiatan *chek*, *recheck*, dan *crosscheck* antara data dengan hasil observasi yang dilakukan untuk disimpulkan berdasarkan persepsi peneliti sendiri.

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu. Dipilihnya daerah ini sebagai lokasi penelitian dengan alasan keingintahuan peneliti dalam mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi wisata yang dilakukan Bujang dan Dara yang memang sudah menjadi tugasnya sebagai duta wisata.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian berdasarkan permasalahan yang akan diteliti tentang Bujang dan Dara dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu. Maka dalam pelaksanaan penelitian ini ditetapkan secara purposive sampling dengan tujuan penelitian ditetapkan memilih informan yaitu Bujang dan Dara, masyarakat, pihak dinas dan pejabat daerah Indragiri Hulu.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari responden yang berguna untuk menjawab permasalahan yang ada, data primer diperoleh langsung dari lapangan dengan teknik wawancara terstruktur untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Data primer berisi tentang identitas responden, pekerjaan, penghasilan, dan lain-lainnya.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang ada, guna mendukung informasi yang diperoleh dari lapangan. Data ini dikumpulkan dari beberapa informasi penting, instansi terkait antara lain Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu Kota, studi kepustakaan, dan literatur yang ada hubungannya dengan

penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan maupun untuk mengamati gejala-gejala, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

3.4.1 Observasi

Observasi adalah mengadakan pengamatan langsung dilapangan yang terkait dengan segala macam yang berkaitan dengan hal-hal yang akan diteliti antara lain adalah keadaan lokasi penelitian, kondisi sarana dan pra-sarana yang ada, dan bagaimana Bujang dan Dara yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu.

3.4.2 Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Dalam wawancara ini peneliti akan mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dan dijawab secara lisan pula oleh responden.

3.4.3 Dokumentasi

Penelitian ini didukung dengan cara mengambil gambar-gambar yang berkaitan dengan penelitian di lokasi penelitian yaitu di Kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Budaya dan Pariwisata, selain itu juga pada saat melakukan wawancara bersama informan. Serta menggunakan literatur-literatur di perpustakaan untuk menggabungkan hal-hal yang bersifat teoritis.

3.5 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini adalah secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang selanjutnya dianalisis berdasarkan teori-teori dalam penelitian ini dan disajikan dalam bentuk narasi secara kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Bujang dan Dara dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu

Menurut Gromang (2003:151) dalam buku Manajemen Kepariwisata di Indonesia, promosi wisata adalah komunikasi dalam pemasaran pariwisata. Promosi wisata memegang peranan penting dalam mengendalikan pemasaran pariwisata. Promosi seharusnya berjalan dengan baik dan secara berkesinambungan. Keberhasilan promosi akan menghasilkan daya tarik dan motivasi wisatawan untuk berkunjung dan mengeluarkan uang di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi. Promosi wisata beranjak dari prediksi dan berkaitan dengan upaya memicu kemungkinan penjualan wisata. Promosi wisata ini meliputi seluruh kegiatan yang direncanakan termasuk dalamnya penyebaran informasi, iklan, film, brosur, buku panduan, poster dan lain-lain.

Fungsi Bujang Dara ada dua yang utama, yaitu fungsi sosial dan fungsi ceremonial. Fungsi sosial diantaranya adalah narasumber penyuluhan HIV, fungsi ceremonial berhubungan dengan kegiatan-kegiatan pemerintahan (Anonim, 2011). Sama halnya dengan kebanyakan duta wisata lainnya, Bujang Dara INHU juga menetapkan kriteria tersendiri untuk memilih finalis dan pemenangnya. Bujang Dara mendasarkan penilaian pada aspek 5B yaitu Beauty, Brain, Behaviour, Brave, and Believe. Setelah terpilih menjadi finalis, kemudian para finalis tergabung sebagai anggota ikatan Bujang Dara INHU.

Penjelasan mengenai tugas maupun fungsi dari Bujang Dara sebagai duta wisata juga dapat dilihat pada hasil wawancara dengan salah satu Bujang INHU Tahun 2014 yang menyatakan:

“Kami sebagai Bujang Dara yang pertama adalah sebagai icon dari Kabupaten INHU khususnya kami juga sebagai duta wisata Kabupaten INHU. Jadi tugas utama kami mempromosikan objek-objek wisata yang ada di INHU baik ke masyarakat yang ada di Kabupaten INHU maupun dari luar daerah. Setiap Bujang Dara memiliki cara sendiri-sendiri dalam mempromosikan objek wisata, kalau saya pribadi dalam mempromosikan suatu objek wisata salah satu caranya yaitu dengan cara mengikuti even yang digelar di INHU baru-baru ini yaitu PEDTA”.(Wawancara dengan finalis Bujang INHU, pada 14 Agustus 2016)

Pernyataan tersebut di perkuat oleh penjelasan seksi pengembangan obyek dan daya tarik wisata menyatakan:

“Definisi tugas Bujang Dara sendiri yaitu tugas yang berasal dari Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata

Kabupaten INHU atau instansi lain yang masih dalam lingkup Pemerintahan Kabupaten INHU, baik mengenai promosi wisata (di dalam dan luar kota). Hal ini disebabkan karena sebelum mereka dipilih dilakukan pengayaan-pengayaan materi terkait kebutuhan mereka menjadi duta wisata. Selain itu pada setiap kegiatan pemerintahan, kami juga memanfaatkan keberadaan Bujang Dara, dan kami berharap agar Bujang Dara bisa menjadi contoh bagi generasi muda untuk melestarikan budaya dan ikut dalam mempromosikan pariwisata daerah kita sendiri. Selain itu mereka akan dijadikan sebagai utusan atau perwakilan dalam acara tertentu dan lain sebagainya”.(Wawancara dengan Seksi Pengembangan dan Daya Tarik Wisata INHU, pada 20 Agustus 2016)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa setiap Bujang dan Dara sudah mengetahui tentang tugas maupun fungsi mereka masing-masing selaku duta wisata yaitu adalah mempromosikan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten INHU tugas yang mereka emban adalah tugas yang diberikan oleh dinas dan Kabupaten INHU.

Kegiatan yang dilakukan oleh Bujang dan Dara yaitu hanya menunggu kordinasi dari Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata karena Bujang dan Dara adalah sebuah even yang digelar oleh DISPORA yang berfungsi untuk mempromosikan pariwisata INHU dan juga Bujang dan Dara sebagai icon contoh teladan untuk generasi muda sekarang ini yang kurang peduli lagi terhadap budaya dan lingkungan yang ada.

5.2 Tujuan Promosi Pariwisata oleh Bujang dan Dara

Tahapan promosi pariwisata biasanya diawali dengan melakukan analisis pasar yang kegiatannya meliputi paling tidak tahapan-tahapan aktivitas penetapan tujuan promosi kepariwisataan yang dilakukan oleh Bujang Dara dan promosi dalam bentuk apa saja yang mereka lakukan. Dalam penetapan tujuan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Bujang Dara dapat dilihat pada penjelasan salah satu Dara tahun 2015 yang menyatakan :

“Tujuan kami dalam mempromosikan yaitu kami akan mempromosikan objek wisata dengan maksimal untuk dapat menarik wisatawan mau datang ke INHU ini semua tergantung oleh calon wisatawan nya lagi, apakah memang tertarik untuk datang atau tidak. Tujuan kami dalam mempromosikan yaitu juga agar pariwisata di INHU ini bisa dikenal oleh masyarakat luas. Beberapa objek wisata yang sudah kami promosikan yaitu Danau Raja, Danau Meduyan, TNBT, Air Terjun Kembar yang terletak di Desa Alim, dan masih banyak

potensi wisata lain tetapi memang belum bisa kami promosikan dikarenakan terbentur oleh dana”.(Wawancara dengan Dara INHU, pada 14 Oktober 2016)

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu masyarakat yang tinggal disekitar objek wisata. Berikut hasil wawancaranya:

“Sebenarnya kami masih kurang tau apa sebenarnya bujang dara itu mba, ya menurut kami hanya percuma saja diadakan pemilihan bujang dara di INHU ini toh pariwisata yang ada masih juga. Menurut kami itu hanya ajang mencari popularitas saja buang-buang anggaran dinas saja mba”. (Wawancara dengan salah satu masyarakat, pada 12 Oktober 2016)

Dari hasil wawancara diatas setelah dianalisis dapat diketahui bahwa tujuan dilakukannya promosi pariwisata ini tidak lain dan tidak bukan agar dapat menarik wisatawan untuk datang ke objek wisata yang telah dipromosikan, dan mereka menggunakan sarana media masa ataupun sosial media untuk mempromosikan pariwisata di INHU yang dilakukan oleh Bujang Dara dianggap cukup efektif.

5.2 Bujang dan Dara Mempromosikan Pariwisata melalui Sales Promotion (Penjualan langsung)

Bujang Dara memiliki tugas dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu, dimana dijelaskan dalam tugas Bujang Dara diatas. Dalam upaya meningkatkan kualitas dan pelayanan dalam kepariwisataan dilakukan upaya pemasaran

meliputi tindakan-tindakan promosi yang bertujuan untuk mempengaruhi permintaan masyarakat terhadap suatu produk. Wawancara dengan Dara favorit tahun 2015 mengenai bentuk promosi seperti apa yang mereka gunakan ia menyatakan:

“Kami sebagai bujang dara merupakan icon Kabupaten Indragiri Hulu yang memiliki kegiatan dibawah kordinasi disporabudsata untuk mempromosikan pariwisata yang ada didaerah kami, upaya yang kami lakukan yaitu dengan bertemu secara langsung dengan pengunjung ketika ada even pameran yang diikuti dinas. Kami para bujang dara secara langsung menjaga stan pameran dinas terkait untuk memberikan informasi kepada masyarakat/pengunjung dapat mengetahui informasi-informasi mengenai pariwisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu, supaya dengan masyarakat/pengunjung yang mendapatkan informasi baik berminat untuk datang ke Kabupaten Indragiri Hulu. Contohnya dalam pameran tahunan yang dilakukan oleh Kabupaten Indragiri Hulu dalam memperingati HUT Kabupaten Indragiri Hulu selain itu juga ada even tahunan yaitu kami juga mengikuti festival Batang Gansal”. (Wawancara dengan Dara favorit INHU, pada 9 Oktober 2016)

Dari hasil wawancara dengan Dara tersebut, bahwa Bujang Dara mempromosikan

pariwisata dengan cara bertatap muka dengan para masyarakat/pengunjung dengan memberikan informasi tentang pariwisata yang ada di daerah tersebut supaya bisa meyakinkan orang untuk datang ke Kabupaten Indragiri Hulu.

5.3 Bujang dan Dara Mempromosikan Pariwisata melalui Public Relation (Hubungan Masyarakat)

Dalam mengenalkan pariwisata yang ada di Kabupaten INHU kepada masyarakat tidak terlepas dari kegiatan hubungan antara masyarakat dengan Bujang Dara sendiri. Humas juga merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan Bujang Dara yang ingin membentuk citra positif bagi pariwisata Kabupaten INHU. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bujang dan Dara tahun 2015, mengungkapkan :

“bahwa sewaktu saya menyandang gelar sebagai seorang duta wisata yang mempromosikan pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu, kami diminta oleh sebuah surat kabar yang mewawancarai saya mengenai seperti apasih sebenarnya festival Batang Gansal tersebut. Kemudian saya menyampaikan informasi kepada pers bahwa festival Batang Gansal merupakan even rutin yang dilakukan oleh pemerintah untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu bahwa sebenarnya Kabupaten Indragiri Hulu memiliki keindahan alam yang juga sangat luar biasa. Maka dari itu datanglah sesekali ke INHU untuk berwisata”.

(Wawancara dengan Dara INHU, pada 14 Oktober 2016)

Dari hasil wawancara tersebut bahwa salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Kabupaten Indragiri Hulu yaitu festival Batang Gansal dimana Kabupaten Indragiri Hulu ingin mempromosikan pariwisata alam yang indah di Kabupaten tersebut.

5.4 Bujang dan Dara Mempromosikan Pariwisata melalui Word Of Mouth (dari mulut ke mulut)

Cara yang dilakukan oleh Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten INHU tidak hanya dengan cara sales promotion, tetapi juga melalui informasi dari mulut ke mulut. Seperti yang diungkapkan oleh Bujang dan Dara sebagai berikut ini.

“ketika dilaksanakan festival Batang Gansal yang dihadiri oleh para pejabat bujang dan dara juga ikut mempromosikan pariwisata yang ada di kabupaten INHU, selain itu bujang dan dara juga salah satu contoh upaya untuk mempromosikan budaya yang ada di Kabupaten INHU, dimana masyarakat yang hadir nantinya akan bercerita tentang pengalamannya kepada masyarakat yang lainnya, sehingga akan timbul keinginan untuk masyarakat lain untuk mengetahui pariwisata yang ada di Kabupaten INHU”.
(Wawancara dengan Bujang INHU, pada 14 Oktober)

Berdasarkan dari wawancara yang disampaikan oleh Bujang INHU tersebut dapat di ketahui bahwa ketika para pejabat daerah mempromosikan pariwisata dari pengalaman yang di dapatkan pada festival Batang Gansal untuk mengajak masyarakat yang lain untuk

datang mengunjungi pariwisata di Kabupaten INHU.

5.5 Faktor Penghambat dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu

Faktor utama yang menjadi kendala dalam suatu promosi wisata di Kabupaten INHU adalah dana yang merupakan pendukung dan penunjang dari suatu kegiatan. Sebaik apapun suatu rencana atau strategi kalau dana yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan dalam suatu promosi wisata minim, maka pelaksanaannya tidak akan berjalan maksimal. Berikut hasil wawancara bersama kasi pemasaran dan promosi:

“Memang masalah kita terletak pada anggaran. Jadi mau melakukan apapun tertunda semua. Sebenarnya kami sudah melakukan berbagai perencanaan dalam penambahan fasilitas pada objek-objek wisata yang ada di Kabupaten INHU. Namun anggaran yang kita miliki masih sangat kurang. Sebenarnya Provinsi sudah mengucurkan dana yang sangat banyak untuk keperluan kami dalam menjalankan sebuah program tetapi masih saja kami merasa kurang”.
(Wawancara dengan Kasi Pemasaran dan Promosi, pada 20 Agustus 2016)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas, dapat diketahui bahwa anggaran yang diperuntukkan dalam mempromosikan suatu wisata masih kurang jelas. Karena masih terjadi kekurangan anggaran.

Masa jabatan yang relatif singkat ikut menjadikan faktor penghambat bujang dan dara dalam mempromosikan pariwisata, hal ini menjadikan setiap ide yang dimiliki bujang dan dara tidak berjalan dengan maksimal. Berikut hasil wawancara dengan salah satu informan:

“Kendala yang kami rasakan selama menjadi duta wisata yaitu dikarenakan selama ini hanya diberi tugas berdasarkan koordinasi yang dilakukan oleh dinas saja yaitu berupa keikutsertaan yang melibatkan duta wisata terhadap segala even yang dibuat oleh dinas terkait. Selanjutnya masa jabatan hanya 1 tahun, hal ini menjadikan setiap kami belum sempat mempromosikan wisata masa jabatan kami sudah habis dan selanjutnya dipilih duta wisata yang baru lagi. Jadi kami kurang leluasa dalam bekerja. (Wawancara dengan salah satu informan, pada 20 Oktober 2016)

Dari hasil wawancara di atas bisa kita ketahui bahwa masa jabatan juga ikut mempengaruhi duta wisata tersebut dalam bekerja, mereka kurang bebas dalam bekerja setiap ide yang mereka punya seharusnya bisa berjalan dengan baik tetapi harus terhambat dikarenakan masa jabatan yang relatif singkat hanya 1 tahun.

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terkait Bujang dan Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa keberadaan bujang dan dara bertujuan untuk membantu Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam mempromosikan objek wisata yang ada di INHU. Dengan begitu akan mempermudah bagi Dinas Pemuda dan Olahraga, Budaya dan Pariwisata untuk memperkenalkan objek wisata yang ada. Tetapi pada kenyataannya bujang dan dara dalam mempromosikan pariwisata di INHU masih belum optimal sehingga masih belum memberikan kontribusi yang berarti bagi masyarakat dan dinas sendiri. Hal ini dikarenakan duta wisata yang ada hanya sebagai simbolis saja dan kerja mereka hanya menunggu koordinasi dari dinas yang menjadikan kerja mereka kurang optimal.
2. Faktor penghambat bujang dan dara dalam mempromosikan pariwisata di INHU. Selama pengembangan pariwisata di Kabupaten INHU bujang daranya selama ini hanya diberi tugas berdasarkan koordinasi yang dilakukan oleh dinas saja. Seharusnya dalam mempromosikan pariwisata dapat dilakukan oleh bujang dan dara lebih dari pada selama ini, dalam pengembangan selama ini duta wisata yang ada tidak diberikan keleluasaan baik berupa fasilitas maupun

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian mengenai Bujang dan Dara dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu adapun saran yang ingin disampaikan penulis sebagai berikut:

1. Agar lebih berkembang bujang dara harus lebih banyak turun kelapangan

untuk bisa memperkenalkan objek wisata yang ada, dengan begitu bujang dara tidak hanya akan dianggap sebagai pajangan semata atau hanya untuk mencari popularitas. Selain itu dengan memberikan tugas yang jelas kepada bujang dara dan memberikan perhatian lebih berupa fasilitas terhadap bujang dara dalam melakukan kegiatan promosi, terlepas dari program yang ditetapkan oleh dinas terkait. Selama ini bujang dan dara hanya sebatas simbolis saja dikarenakan tugas pokok dalam mempromosikan pariwisata sudah menjadi tanggung jawab dinas dan bujang dara hanya dilibatkan sebagai simbolis kepariwisataan.

2. Dalam menangani faktor penghambat, bujang dara seharusnya meningkatkan lagi akan kerjanya dan tunjukkan kepada masyarakat bahwa yang mereka pikir tentang bujang dara selama ini tidak lah hanya ajang mencari popularitas saja.
3. Seharusnya di berikan penghargaan kepada bujang dan dara yang berprestasi apa bila mereka menjadi pemenang ditingkat provinsi pada saat ikut even pemilihan bujang dan dara pada tingkat Provinsi. Selanjutnya mereka di kontrak untuk beberapa tahun bekerja sebagai brand ambassador agar kerja mereka bisa berjalan dengan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari, Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Hasibuan, Malayu SP, 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Jannah, Dewi. 2014. *Human Relations Dalam Organisasi*. Pekanbaru: Alaf Riau.

Kotler, Philip & Gary Armstrong.. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Mardalis, 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.

Moleong, lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pendit, Nyoman. S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Ramli, M. 2007. *Pengolahan dan Analisis Data*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau .

Simamora, Hendri. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya: Pustaka Utama.

Soekadijo, R. G. 2002. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Sistem Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Soekarto, Irawan. 2002. *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & B*. Bandung: Alfabeta.

Wahab, Salah. 1996. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Yoeti, Oka. 2005. *Perencanaan Strategi Daerah Dan Tujuan Wisata*. Bandung: Angkasa.

Sumber lain: Website, Undang-undang, Skripsi dan Peraturan

www.jejakwisata.com diakses tanggal 15 Mei 2016 pukul 22:24 wib

www.Inhukab.go.id/aldi-dan-suci-bujang-dan-dara-inhu diakses tanggal 14 Mei 2016 pukul 19.00 wib

http://id.wikipedia.org/wiki/komunikasi_pemasaran, 28 Mei 2016 pukul 21:24 wib

Undang-Undang Nomor.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Perda Riau No. 4 Tahun 2004 pasal 7 Tentang Kepariwisata.

Surat Edaran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau Nomor 556/DPEK/111/2015/162 Tentang Tata Cara Pemilihan Bujang Dara.