

**KOMUNIKASI PEMERINTAH DAERAH DALAM PEMASARAN OBJEK
PARIWISATA DI KABUPATEN SIAK TAHUN 2016-2017**

Oleh : Rolina

Rolinalina20@yahoo.com

Pembimbing : Rury Febrina S.IP, M.Si

Jurusan Ilmu Pemerintahan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The importance of local government communication in tourism marketing is to promote the potential of tourism objects in Siak district to attract the attention of tourists both foreign tourists and local tourists, in order to get to know the various types of tourist objects that can be found and visited in the Siak regency. This study aims to determine the communication of local government in marketing tourism objects in Siak districts in 2016-2017. The location of this research was conducted in Siak City, Siak Regency. Data collection techniques are carried out by interview and documentation. The method used in this study is descriptive qualitative. The results of the study revealed that local government in marketing of tourism objects in Siak districts in 2016-2017 had not run optimally. in 2016 the tourism agency, youth and sports had not made good cooperation with the private sector and local communities in conducting communication and outreach to carry out information dissemination activities on the potential of the tourism objects in Siak district. in 2017 the district government of Siak is involved in supporting every activity carried out by the tourism agency to make the people who live close to the location of tourist attractions as local tour guides. Each community is given training and counseling to give its role and participation in supporting tourism marketing activities carried out in Siak district. As for 5 (five) elements of local government communication in marketing tourism objects in Siak Regency, namely: communicator, message, communicant, media or chanel, and effect (influence).

Keywords: communicator, message, communicant, media or chanel, effect

PENDAHULUAN

Kabupaten Siak merupakan wilayah yang kaya akan potensi alam, nilai sejarah, seni dan budaya, serta memiliki beragam potensi pariwisata yang dapat dikembangkan untuk tujuan pelestarian sejarah, seni dan budaya melayu, serta pembangunan ekonomi lokal. Selain potensi alam yang berupa migas, Kabupaten Siak juga memiliki potensi pariwisata sejarah yang berupa kekhasan serta keunikan dari peninggalan sejarah seperti bangunan dan budaya, menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat Kabupaten Siak memang khas dan unik. Pariwisata memiliki arti penting bagi Kabupaten Siak, dikarenakan pariwisata tercantum dalam visi RPJPD Kabupaten Siak Tahun 2005-2025 yakni “Terwujudnya Kabupaten Siak yang Maju dan Sejahtera Dalam Lingkungan Masyarakat yang Agamis dan Berbudaya Melayu Serta Menjadikan Kabupaten Siak Sebagai Tujuan Pariwisata di Sumatera.”

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 16 Tahun 2012 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Siak, Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata adalah sebagai berikut:

- 1) Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan daerah berdasarkan azas otonomi dan tugas pembantuan di bidang pariwisata, pemuda, dan olahraga;
- 2) Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dipimpin oleh Kepala Dinas;
- 3) Kepala Dinas berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah;
- 4) Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata, pemuda dan olahraga;
- b. Penyelenggaraan pelayanan umum di bidang pariwisata, pemuda dan olahraga;
- c. Pembinaan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata, pemuda dan olahraga;
- d. Pelaksanaan urusan tata usaha dinas;
- e. Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Pentingnya komunikasi pemerintah dalam pemasaran pariwisata adalah mempromosikan potensi objek wisata di Kabupaten Siak untuk menarik perhatian para wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan lokal, agar mengenal berbagai jenis objek wisata yang dapat ditemui dan dikunjungi di wilayah Kabupaten Siak.

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Oleh karena itu Pemerintah Daerah Kabupaten Siak melalui dinas pariwisata, pemuda dan olahraga harus mampu melakukan strategi pemasaran pariwisata yang tepat diberbagai elemen pemasaran, baik di media komunikasi maupun konten komunikasi, untuk meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung ke beberapa objek wisata yang disediakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Siak guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah bagi Kabupaten Siak.

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga, objek wisata yang dijadikan tambang retribusi yaitu Istana Siak, Balai Kerapatan Tinggi, Wisata lift Jembatan Siak, Sampan Wisata dan Ekowisata.

Tetapi dari kelima objek wisata tersebut hanya dua yang dipungut retribusinya.

Adapun fenomena dalam pemasaran di atas adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pemasaran objek wisata di Kabupaten Siak belum optimal dikarenakan minimnya jumlah kunjungan dan pencapaian target retribusi pada objek wisata Balai Kerapatan Tinggi dibandingkan dengan objek wisata Istana Siak yang dapat mempengaruhi pendapatan daerah dalam hal retribusi jasa kepariwisataan.
2. Seharusnya kelima objek retribusi yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 14 tahun 2011 tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga wajib dilaksanakan dan dipungut biaya retribusinya. Tetapi hingga saat ini hanya dua objek retribusi yang masih dilakukan pemungutan biaya retribusinya, yakni Istana Siak dan Balai Kerapatan Tinggi.
3. Banyaknya potensi objek wisata yang bisa meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Siak, namun sampai saat ini hanya dua objek wisata yang dipungut biaya retribusinya, dan objek wisata Istana Siak masih menjadi salah satu primadona yang melebihi target retribusi.

Berangkat dari fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pemasaran Objek Pariwisata Di Kabupaten Siak Tahun 2016-2017.”**

Kerangka Teoritis

Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2014:6) dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, Unsur-unsur komunikasi adalah:

1. Komunikator (sumber)

Komunikator adalah seseorang yang menyampaikan pesan kepada komunikan/khalayak. Komunikator merupakan orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok. Dalam hal ini komunikator harus mampu mengetahui dan memahami apa yang ingin disampaikan kepada komunikan/khalayak. Karena sebuah pesan tidak akan sampai apabila komunikatornya tidak memahami pesan yang akan disampaikan .

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi, seperti; telepon, surat, telegram, dan media internet (jejaring sosial, email). Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

3. Komunikan

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, atau pihak ke dua dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, atau penerima kurang memahami maksud dari pesan yang disampaikan, maka akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

4. Media atau saluran

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk mengirim pesan dan sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi, panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

5. Efek

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

Komunikasi Pemerintahan

Dalam Erliana Hasan (2005:95) Komunikasi Pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Dalam hal ini pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat. Dalam kondisi yang demikian pemerintah memiliki kewenangan sekaligus bertanggungjawab untuk mempertimbangkan, bahkan untuk merespon keinginan-keinginan tersebut sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku.

Hampir semua aparatur pemerintahan paham tentang komunikasi namun tidak semuanya memahami bagaimana berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan dalam melakukan fungsi-fungsi utama pemerintahan yang mencakup pemberian pelayanan, pemberdayaan, dan bersama-sama masyarakat mencapai kebahagiaan yang sebesar-besarnya tanpa merugikan pihak secara ilegal (Erliana Hasan (2005:114)).

Kenyataan lapangan yang tampak dari berbagai studi komunikasi pemerintahan, tampaknya relevan dengan apa yang dikemukakan Robbins dalam Erliana Hasan (2005:117), bahwa terdapat enam karakteristik yang seharusnya berlaku

pada berbagai organisasi termasuk penyelenggaraan pemerintahan yaitu:

- 1) Para aparatur pemerintah harus menyadari pentingnya berkomunikasi.
- 2) Para aparatur pemerintah harus memiliki komitmen pada komunikasi dua arah.
- 3) Penekanan komunikasi lebih diutamakan pada bentuk komunikasi tatap muka.
- 4) Transparansi dan keterbukaan harus merupakan tujuan bersama dalam mencapai visi, misi, program dan strategi.
- 5) Kepiawaian dalam menangani kondisi seburuk apapun termasuk berita yang jelek dan tidak menguntungkan.
- 6) Memperlakukan komunikasi sebagai proses berkelanjutan.

Konsep Pemasaran

Pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh ahli pemasaran dunia yaitu Philip Kotler dalam Kasmir (2011:171) adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Kasmir (2011:186) selanjutnya setelah menentukan segmentasi pasar yang akan dimasuki, pasar sasaran yang ditetapkan, serta posisi pasar produk adalah menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Strategi ini sangat penting mengingat sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Justru strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya.

Kasmir (2011:188) adapun pelaksanaan strategi pemasaran terdiri dari

- 1) Strategi produk;
- 2) Strategi harga;

- 3) Strategi lokasi dan distribusi;
- 4) Strategi promosi.

Menurut Sudaryono (2016:121) untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, pemasar harus mengetahui jenis proses pemecahan masalah yang digunakan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Pemasar yang

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Dalam hal ini dinas yang terkait adalah Dinas Pariwisata, dan lembaga sosial yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Objek penelitian yang akan diteliti adalah komunikasi pemerintah daerah dalam pemasaran objek pariwisata di Kabupaten Siak.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan fakta-fakta yang tampak kemudian dilanjutkan dengan berdasarkan teori-teori yang ada.

Pemilihan informan dengan cara purposive sampling yang berarti bahwa informan dipilih berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya yang sesuai dan memiliki kompetensi untuk memberikan informasi terkait dengan data-data penelitian ini (Hamidi (2010:899)). Data yang diambil dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara
2. Dokumentasi

Dalam pelaksanaan penelitian, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan pengolahan data

menargetkan beberapa segmen pasar sekaligus, masing-masing dengan proses pemecahan masalah yang berbeda, harus mengembangkan multistrategi untuk mempengaruhi hasil keputusan yang berbeda. Multistrategi tersebut adalah perilaku pilihan yang rutin, pengambilan keputusan yang terbatas, dan pengambilan keputusan yang intensif. dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengamatan.

PEMBAHASAN

Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pemasaran Objek Pariwisata Di Kabupaten Siak

Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perekonomian Kabupaten Siak dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak merupakan instansi pemerintah yang paling penting dalam memajukan kepariwisataan serta pengembangan sektor pariwisata. Pemerintah kabupaten Siak tidak hentinya melaksanakan program-program serta kegiatan yang bersentuhan langsung terhadap kepariwisataan.

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak merupakan instansi yang berwenang dalam mengelola dan menjaga objek pariwisata di Kabupaten Siak. Dinas ini juga harus melakukan kegiatan promosi pariwisata agar kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara bisa menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini juga bisa meningkatkan pendapatan daerah Kabupaten Siak serta menambah pendapatan bagi masyarakat setempat. Beberapa unsur komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pemasaran Objek Pariwisata Di Kabupaten Siak yaitu:

1. Komunikator

Dalam Kepariwisataaan, komunikator sangat dibutuhkan dalam

melakukan sosialisasi yang bertujuan untuk mensukseskan kegiatan pemasaran objek wisata. Berbicara tentang proses komunikasi Pemerintah Daerah dalam pemasaran objek pariwisata di kabupaten Siak, maka satu-satunya lembaga/dinas yang berhubungan dengan kepariwisataan dan bertanggung jawab adalah Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Siak. Lembaga ini dianggap penting karena sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 16 Tahun 2012 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Siak, tugas pokok Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga adalah melakukan pengembangan dan pembangunan urusan pariwisata, seni, budaya dan olahraga. Maka tidak salah jika Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak yang bertanggung jawab atas proses sosialisasi dan informasi tentang potensi objek wisata kepada masyarakat.

Dinas Pariwisata Kabupaten Siak merupakan komunikator untuk pemasaran objek wisata di Kabupaten Siak. Berbagai perencanaan komunikasi, baik pemilihan khalayak, pesan, media ditentukan dengan baik agar dapat menarik wisatawan mengunjungi objek wisata di Kabupaten Siak.

Akan tetapi proses sosialisasi dan informasi tentang potensi objek wisata tersebut belum berjalan dengan maksimal, dikarenakan kurangnya koordinasi maupun komunikasi secara intens yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata kepada masyarakat mengenai kegiatan pemasaran objek wisata di Kabupaten Siak.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pada Tahun 2016 Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga belum melakukan kerjasama yang baik kepada pihak swasta dan masyarakat lokal dalam melakukan komunikasi maupun sosialisasi untuk melakukan kegiatan penyebaran informasi tentang potensi objek wisata di Kabupaten Siak. Akan tetapi selama ini bentuk komunikasi yang telah dilakukan

oleh Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata hanyalah berbentuk pemberitahuan kegiatan ataupun even baik dari pentas seni maupun acara olahraga seperti Tour De Siak.

Dalam hal ini komunikasi tidak hanya dilakukan antar instansi pemerintah dengan instansi pemerintah saja, melainkan masyarakat juga harus dilibatkan pada komunikasi antar instansi pemerintahan, karena kebijakan yang diterapkan mempunyai target atau sasaran yaitu masyarakat. Seharusnya Dinas Pariwisata bisa mengambil peran penting dalam proses komunikasi maupun sosialisasi mengenai informasi potensi objek wisata kepada masyarakat sekitar di Kabupaten Siak, sehingga bisa memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk dapat memanfaatkan peluang dan memberikan dampak positif dari kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah daerah Kabupaten Siak.

Oleh sebab itu, pada tahun 2017 Pemerintah Daerah Kabupaten Siak terlibat dalam mendukung setiap kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata untuk menjadikan masyarakat yang pemukimannya berdekatan dengan lokasi objek wisata sebagai tour guide lokal. Setiap masyarakat diberikan pelatihan dan penyuluhan untuk memberikan peran dan partisipasinya dalam mendukung kegiatan pemasaran pariwisata yang dilaksanakan di Kabupaten Siak.

Kegiatan pelatihan dan penyuluhan sangat diperlukan untuk masyarakat Siak yang pemukimannya dijadikan sebagai tempat objek wisata, karena masyarakat setempat tersebut yang akan langsung terjun menghadapi pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh wisatawan yang berkunjung. Khususnya juga penyuluhan dan pelatihan ini untuk mendapatkan Guide yang terlatih dan berkualitas dalam melayani wisatawan lokal dan mancanegara.

2. Pesan

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti menentukan teknik yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan. Dinas Pariwisata berkewajiban untuk memberikan informasi yang faktual, terutama informasi yang berkaitan dengan kepariwisataan kepada masyarakat maupun wisatawan. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat dan wisatawan dapat mengetahui tentang informasi potensi objek wisata yang berada di Kabupaten Siak.

Adapun isi pesan yang disampaikan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Siak dan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Siak dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran antara lain:

1. Pesan Mengenai Produk Objek Wisata

Produk dalam pemasaran merupakan elemen utama yang harus diperhatikan dan direncanakan dengan baik. Produk dalam wisata adalah segala fasilitas yang didapatkan oleh para wisatawan selama melakukan perjalanan atau berwisata. Umumnya suatu produk wisata dalam proses pemasarannya berbeda tipis dengan produk yang berupa barang, karena produk wisata menyajikan suatu keindahan alam, budaya, religi dan semacamnya yang tak bisa dibawa kemana-mana sebagaimana suatu produk dalam bentuk barang.

2. Pesan Mengenai Harga Tarif Masuk

Harga merupakan kebijakan yang sangat penting dalam pemasaran, karena kebijakan harga yang ditetapkan diharapkan dapat mendukung dan mencakup keputusan-keputusan pemasaran lainnya. Untuk penentuan tarif masuk kawasan wisata merupakan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Siak sesuai

dalam Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga. Tarif masuk yang ditetapkan dalam perda tersebut tidak begitu mahal sehingga pengunjung wisatawan dapat berkunjung setiap harinya dengan harga yang terjangkau.

3. Pesan Mengenai Lokasi

Lokasi atau tempat merupakan suatu strategi yang perlu diperhatikan dalam perencanaan pemasaran. Jika sebuah produk harus memperhatikan tempatnya untuk menjadi pasar bagi produk wisata yang bersangkutan, maka dalam pemasaran pariwisata, melakukan kerja sama dengan beberapa agen-agen perjalanan merupakan salah satu upaya yang baik untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata. Tetapi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak baru akan merencanakan untuk bekerjasama dengan agen-agen perjalanan wisata yang telah beroperasi dalam bidang usaha tersebut.

3. Komunikan

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber, atau pihak ke dua dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi.

Dalam menentukan komunikan, Dinas Pariwisata Kabupaten Siak terlebih dahulu mengidentifikasi komunikan sehingga dapat menentukan target sasarannya.

Dinas Pariwisata Kabupaten Siak menetapkan komunikan atau sasaran komunikasi yakni calon wisatawan. Ini disesuaikan dengan apa motif perjalanan calon wisatawan tersebut. Kabupaten Siak

memiliki potensi yang tinggi bagi wisatawan mancanegara yang banyak mencari destinasi wisata budaya dan sejarah.

Adapun wisatawan lokal yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia yang berhasil menjadi sasaran komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak antara lain Jakarta, Jawa Timur, dan Makassar. Sedangkan untuk wilayah luar negeri wisatawan mancanegara yang menjadi sasaran komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Siak saat ini adalah Malaysia dan Singapura.

4. Media atau Saluran

Media atau saluran menjadi penting dalam menjalankan strategi komunikasi, tidak hanya sebagai pendukung tapi juga bisa menjadi penentu keberhasilan dalam mencapai tujuan Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Siak dalam mencapai tujuan komunikasi.

Pentingnya media dalam komunikasi digunakan sebagai penunjang untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan terutama dalam sosialisasi kegiatan pemasaran objek wisata, untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke beberapa objek wisata yang tersebar di Kabupaten Siak.

5. Efek

Efek dari komunikasi Pemerintah Daerah dalam pemasaran objek pariwisata di Kabupaten Siak adalah respon dari wisatawan setelah menerima informasi mengenai potensi objek wisata yang dapat dikunjungi ketika berada di Kabupaten Siak. Setiap informasi yang diberikan dalam memasarkan suatu objek wisata. Supaya para petugas mempunyai pengalaman dan pengetahuan dalam kepariwisataan. Hal ini pihak pengelola mengundang tenaga ahli untuk memberikan pelatihan, bimbingan serta

komunikator diharapkan mampu membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi setiap objek wisata di Kabupaten Siak, sebab dengan besarnya jumlah pengunjung juga berpengaruh terhadap besarnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) bagi Kabupaten Siak.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa efek dari pemasaran objek wisata yang telah dilakukan sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah pengunjung, dan dapat menambah Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Siak. Selain itu pemasaran objek wisata juga memacu orang untuk datang dan melihat keindahan objek wisata serta bisa ikut membantu Dinas Pariwisata di Kabupaten Siak dalam mempromosikan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Siak yang lain kepada pengunjung yang lain.

Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pemasaran Objek Pariwisata Di Kabupaten Siak

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Kompeten

Keterbatasan tenaga ahli dalam memasarkan objek pariwisata di Kabupaten Siak. Hal ini dikarenakan latar belakang pendidikan dari sebagian petugas objek wisata tersebut tidak ada hubungannya dengan kepariwisataan, sehingga berdampak negatif dalam proses kegiatan pemasaran objek pariwisata di Kabupaten Siak. Jadi pihak pengelola setempat harus memberi pendidikan, wawasan serta pengetahuan yang berhubungan dengan kepariwisataan khususnya

penyuluhan kepada objek wisata mengenai kepariwisataan. Setelah itu para petugas mempunyai pengalaman yang berkaitan dengan kepariwisataan sehingga dapat mempromosikan dan memasarkan objek

wisata di Kabupaten Siak kepada masyarakat maupun pengunjung.

2. Kurangnya Informasi yang jelas mengenai keberadaan objek wisata

Informasi mengenai keberadaan destinasi objek wisata sangat dibutuhkan bagi wisatawan yang akan berkunjung ke suatu wilayah destinasi wisata. Kurangnya informasi mengenai keberadaan objek wisata di Kabupaten Siak masih sering dialami oleh wisatawan di Kabupaten Siak, dikarenakan beberapa wisatawan hanya mengetahui objek wisata Istana Siak yang merupakan destinasi wisata unggulan di Kabupaten Siak. Oleh sebab itu, Dinas pariwisata harus lebih aktif, kreatif dalam mempromosikan dan memasarkan objek wisata di Kabupaten Siak, diberbagai wilayah dengan berbagai berbagai media promosi yang dikemas secara bagus dan menarik sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Hal ini dapat menyebabkan objek wisata di kabupaten Siak tidak lagi mengalami keterbatasan ruang lingkup dalam mempromosikan dan memasarkan objek tersebut.

3. Fasilitas yang Kurang Memadai

Fasilitas yang kurang memadai. Objek wisata mempunyai berbagai macam fasilitas umum tetapi sebagian besar kurang memadai sehingga wisatawan sering memberi kritikan dan saran demi berkembangnya objek wisata tersebut. Fasilitas di objek wisata ini banyak tetapi ada yang rusak dan masih kurang lengkap sehingga dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Disamping itu keterbatasan fasilitas yang ada juga menjadi faktor penyebab menurunnya wisatawan. Jadi pihak pengelola harus memperbaiki fasilitas yang rusak dan menambah fasilitas yang belum tersedia seperti tempat parkir supaya keamanan kendaraan pengunjung dapat terjaga dan pengunjung merasa nyaman.

Fasilitas atau sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh dalam mendukung prestasi kerja para anggota karyawan/staf Dinas Pariwisata. Pengadaan fasilitas yang layak, seperti gedung, tanah dan peralatan perkantoran akan menunjang dalam keberhasilan suatu program atau kebijakan. Selain tenaga kerja yang kompeten, sarana dan prasarana untuk menunjang kerja haruslah diperhatikan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi pemerintah daerah dalam pemasaran objek pariwisata di Kabupaten Siak, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada Tahun 2016 Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga tidak intens dalam melakukan komunikasi maupun sosialisasi terhadap swasta maupun masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan penyebaran informasi tentang potensi objek wisata di Kabupaten Siak. Akan tetapi selama ini bentuk komunikasi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata hanyalah berbentuk pemberitahuan kegiatan ataupun even baik dari pentas seni maupun acara olahraga seperti Tour De Siak. Oleh sebab itu, pada Tahun 2017 Pemerintah Daerah Kabupaten Siak bekerjasama dengan Dinas Pariwisata menjadikan masyarakat yang pemukimannya berdekatan dengan lokasi objek wisata sebagai sasaran komunikasi. Setiap masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi diberikan pelatihan dan penyuluhan untuk memberikan peran dan partisipasinya dalam mendukung kegiatan pemasaran pariwisata yang dilaksanakan di Kabupaten Siak. Adapun 5 (lima) unsur komunikasi Pemerintah Daerah Dalam Pemasaran

Objek Pariwisata Di Kabupaten Siak yaitu: komunikator, pesan, komunikasi, media atau saluran, dan efek (pengaruh).

2. Dalam upaya melakukan kegiatan pemasaran objek wisata kepada wisatawan, Pemerintah Daerah masih mempunyai hambatan, yaitu:
 - a) Keterbatasan tenaga ahli dalam memasarkan objek pariwisata di Kabupaten Siak. Hal ini dikarenakan latar belakang pendidikan dari sebagian petugas objek wisata tersebut tidak ada hubungannya dengan kepariwisataan, sehingga berdampak negatif dalam proses kegiatan pemasaran objek pariwisata di Kabupaten Siak.
 - b) Kurangnya informasi mengenai objek wisata. Informasi mengenai keberadaan destinasi objek wisata sangat dibutuhkan bagi wisatawan yang akan berkunjung ke suatu wilayah destinasi wisata. Kurangnya informasi mengenai keberadaan objek wisata di Kabupaten Siak masih sering dialami oleh wisatawan di Kabupaten Siak, dikarenakan beberapa wisatawan hanya mengetahui objek wisata Istana Siak yang merupakan destinasi wisata unggulan di Kabupaten Siak
 - c) Fasilitas yang kurang memadai. Objek wisata mempunyai berbagai macam fasilitas umum tetapi sebagian besar kurang memadai sehingga wisatawan sering memberi kritikan dan saran demi berkembangnya objek wisata tersebut. Fasilitas di objek wisata ini banyak tetapi ada yang rusak dan masih kurang lengkap sehingga dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung.

Saran

Dari kesimpulan di atas, adapun saran dari hasil penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Siak beserta Dinas Pariwisata agar lebih membangun komunikasi dengan masyarakat secara intens, semakin banyak memberikan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, agar siap untuk membantu Dinas Pariwisata dalam memasarkan dan mempromosikan objek wisata kepada wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Siak, ditambah lagi dengan meningkatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan latar pendidikan yang berhubungan dengan kepariwisataan .
2. Untuk meningkatkan kinerja dari Dinas Pariwisata, sebaiknya di instansi Dinas Pariwisata lebih lagi di tingkatkan fasilitas pendukung kerja kemudian dalam menunjang peningkatan kelayakan dan kenyamanan wisatawan, Dinas Pariwisata selaku dinas terkait lebih memfasilitasi setiap objek wisata budaya dengan tempat penjualan souvenir dan tour map, sehingga wisatawan dapat mengetahui objek-objek wisata yang tersebar di seluruh Kabupaten Siak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2014. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung. PT CITRA ADITYA BAKTI
- Erliana Hasan, 2010. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung. Reflika Aditama
- Hamidi, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif (Pendekatan Praktis Penulisan*

Proposal dan Laporan Penelitian). Malang. UMM Press

Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Salemba Humanika

Kasmir, 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta. Rajawali Pers

Sudaryono, s 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. Penerbit ANDI

Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga.

Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 16 Tahun 2012 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kabupaten Siak.

Sumber Lain:

<http://siaksatu.com/mobile/detailberita/4776/2013/12/04/-bupati-tekan-pentingnya-potensi-wisata-siak-akses>

Sumber Lain:

Parrangan, Oscar (2017). Komunikasi Pemerintahan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Dalam Memberikan Sosialisasi Pentingnya Dokumen Kependudukan di Kabupaten Nunukan. eJournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id. (ISSN)2502-5961

Hamdani, Achmad (2016). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara Melalui Film Erau Kota Raja Dalam Promosi Pariwisata. eJournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id. (ISSN) 2502-597x

e-Journal "Acta Diurna" Volume IV. No. 14 Tahun 2015

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 Mengenai Pajak dan Retribusi Daerah

Peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 13 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.