

# **STRATEGI KOMUNIKASI IKATAN BUJANG DARA SEBAGAI DUTA WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN KEPULAUAN MERANTI**

**Oleh : Tri Cahyadi**

**Email : tricahyadisyr@gmail.com**

**Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si**

Konsentrasi Jurnalistik – Ilmu Komunikasi

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 association of Bujang Dara Meranti Islands as tourism ambassadors have a big role in helping the government to introduce and promote the tourism potential that exists in the Meranti Islands Regency to a wide audience. In carrying out his duties as a tourism ambassador, skills and expertise are needed in promoting tourism potential as well as having an attractive way of communication and appearance in order to influence the community. In this thesis the author only discusses how the association of Bujang Dara Meranti Islands communication strategy in promoting tourism. The purpose of this study was to determine how the communicator strategy, message strategy, media selection strategy, and what are the supporting and inhibiting factors for the association of Bujang Dara in Promoting Tourism in the Meranti Islands Regency.*

*This research method uses qualitative research methods. The informants of this study consisted of 10 people namely, 1 from the Department of Youth Tourism and Sports in the Meranti Islands Regency, 5 from the association of Bujang Dara Meranti Islands, and 4 from the community to support this research. Data collection techniques consisted of interviews, observation and documentation, while data analysis techniques used interactive models by Huberman and Miles. The data validity checking technique uses an extension of participation and triangulation.*

*Based on the results of research that the author has done, the results of research to identify the first problem are communicator strategies in promoting tourism are all members of the Meranti Archipelago Bujang Dara Association who have credibility and attractiveness. The message strategy is informative and persuasive by specifying information using #yokkemeranti as the tagline. The media used are social media and print media. Then related to the identification of the latter are supporting factors and inhibiting factors, where the supporting factors are the potential for tourism objects, the tourism office, and the role of the community, while the inhibiting factors are human resources, natural factors access to tourist sites, lack of mastery of foreign languages, and obstacles budget.*

***Keywords : Communication Strategy, Bujang and Dara, Tourism Ambassador.***

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bidang yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Setiap orang tentunya membutuhkan wisata untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya yaitu hiburan. Pariwisata sendiri pada dasarnya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi. Sektor pariwisata juga merupakan kegiatan yang tidak pernah mati dan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu Negara.

Kabupaten Kepulauan Meranti merupakan salah satu Kabupaten termuda yang berada di Provinsi Riau terbentuk pada tanggal 19 Desember 2008, dasar hukum berdirinya Kabupaten Kepulauan Meranti adalah Undang-Undang nomor 12 tahun 2009, tanggal 16 Januari 2009. Kepulauan Meranti juga termasuk kota padat karena merupakan penghubung atau jalur akses bagi masyarakat Provinsi Riau ke Provinsi Kepulauan Riau (Batam, Tanjung Pinang, dan Balai Karimun), selain itu juga merupakan penghubung perjalanan dari Indonesia – Malaysia dan juga sebaliknya yaitu dari Malaysia - Indonesia jika menggunakan transportasi laut.

Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti mempunyai peluang yang potensial untuk dikembangkan lebih optimal lagi adapun potensi wisata di Kabupaten Kepulauan Meranti terbagi dalam beberapa kategori, antara lain: potensi wisata warisan budaya, potensi wisata alam, potensi wisata kuliner, potensi event wisata dan potensi-potensi wisata lainnya. Berikut adalah objek wisata secara umum di Kabupaten Kepulauan Meranti terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel Objek Wisata Secara Umum Di Kabupaten Kepulauan Meranti**

<b>Kecamatan</b>	<b>Objek Wisata</b>
Tebing Tinggi Barat	Jembatan Panglima Sampul, Tasik Nambus, Ekowisata Mangrove Insit, Sadar Wisata Bunga Tanjung, Ekowisata Pesisir Pantai.
Tebing Tinggi	Masjid Agung Darul Ulum, Kolam Telaga Bening, Taman Cik Puan, Taman Kota Selatpanjang Kota Sagu, LAMR Kepulauan Meranti, Klenteng Hoo Ann Kiong, Pantai Dorak, Jembatan Pelangi ( <i>Raihow Bridge</i> ) Desa Banglas.
Tebing Tinggi Timur	Wisata Mangrove Sungai Tohor.
Rangsang	Tasik Air Putih.
Rangsang Pesisir	Pantai Rangsang.
Rangsang Barat	Desa Wisata Bokor, Pantai Motong, Magrove Desa Anak Setatah, Ekowisata Hutan Magrove di Desa Lemang.
Merbau	Pulau Legenda Dedap Durhaka, Tasik Putri Puyu.
Pulau Merbau	Pantai Beting Beras, Pantai Dara Sembilan, Pantai Ceria.
Putri Puyu	Pantai Pisang.

*Sumber : Ikatan Bujang Dara Kabupaten Kepulauan Meranti 2019*

Tidak hanya itu saja Kabupaten Kepulauan Meranti juga memiliki penghargaan yang patut untuk dibanggakan walaupun terbilang kabupaten termuda di Provinsi Riau, dan berikut adalah Penghargaan Wisata,

Budaya Kuliner Kepulauan Meranti terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel Penghargaan Wisata, Budaya Dan Kuliner Kabupaten Kepulauan Meranti**

Tahun	Penghargaan Wisata, Budaya dan Kuliner	Pemberi Penghargaan
2015	Rekor MURI lari diatas tual sagu di Desa Bokor	Museum Rekor-Dunia Indonesia (MURI)
2016	Desa Wisata Bokor menjadi Desa Sapta Pesona Harapan 1 se-Provinsi Riau	Dinas Pariwisata Provinsi Riau
2016	Joget sonde dinobatkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
2016	Rekor MURI kategori olahan makanan terbanyak dari bahan baku sagu	Museum Rekor-Dunia Indonesia (MURI)
2018	Festival Perang Air Kepulauan Meranti menjadi pemenang sebagai Festival Pariwisata Terpopuler pada Anugerah Pesona Indonesia (API) Award	Kementerian Pariwisata Republik Indonesia

2019	Rekor MURI Festival Perang Air dengan kategori Perang Air peserta terbanyak	Museum Rekor-Dunia Indonesia (MURI)
------	---	-------------------------------------

*Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti 2019*

Dalam memperkenalkan potensi wisata Kabupaten Kepulauan Meranti kepada wisatawan, selain pengelolaan tempat wisatanya yang baik dibutuhkan juga promosi yang kreatif dan efektif sehingga informasi mengenai potensi wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti dapat diterima baik oleh khalayak. Peran pemuda sebagai komunikator dalam mempromosikan sebuah daerah sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata disetiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di daerah tersebut.

Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti mempunyai program kerja murni kepedulian bujang dara untuk mempromosikan Kabupaten kepulauan Meranti, yaitu: pemilihan bujang dara kecil, Family Gathering bersama Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti (IBDM), program bujang dara menyapa desa, IBDM berbagi dan kegiatan sosial lainnya. Dan mempromosikan objek wisata, potensi pariwisata, kebudayaan Kabupaten Kepulauan Meranti di media sosial khususnya di official akun intagram IBDM @bujangdarakep.meranti dengan penggunaan tagar yok ke Meranti (#Yokkemeranti).

Pemilihan Bujang dan Dara Kabupaten Kepulauan Meranti sendiri dilaksanakan setiap tahunnya, dimana pemenang dari pemilihan bujang dara ini akan mewakili Kabupaten Kepulauan Meranti ke tingkat Provinsi Riau, berikut adalah prestasi Bujang Dara saat membawa nama Kabupaten Kepulauan Meranti di tingkat Provinsi Riau terlihat pada di bawah ini.

**Tabel Prestasi Bujang Dara Kepulauan Meranti Di Tingkat Provinsi**

Tahun	Prestasi Bujang Dara Kepulauan Meranti	Pemberi Pemhargaan
2014	Bujang II Riau, Bujang Dara Intelengensia Riau	Dinas Pariwisata Provinsi Riau
2017	Bujang TOP 10 Riau, Dara TOP 10 Riau	
2018	Bujang Riau, Dara III Riau	
2019	Bujang TOP 10 Riau, Dara III Riau	

*Sumber : Ikatan Bujang Dara Kabupaten Kepulauan Meranti 2019*

Ajang pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti diharapkan memiliki peran dan strategi komunikasi yang signifikan dalam memperkenalkan pariwisata Kabupaten Kepulauan Meranti. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis tertarik mengambil judul penelitian “Strategi Komunikasi Ikatan Bujang Dara Sebagai Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Kepulauan Meranti”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Strategi Komunikasi

Strategi adalah perencanaan *planning* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang akan menunjukkan bagian taktik operasionalnya. Demikian pula strategi komunikasi yang merupakan pasukan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Strategi ini harus mampu menunjuk bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti dalam pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2014:32).

Perencanaan adalah perumusan tujuan yang akan dicapai atau yang akan dilakukan, bagaimana, bilamana dan oleh siapa. Perencanaan merupakan suatu proses yang berkelanjutan yang meliputi rencana dan pelaksanaan. Didalam strategi komunikasi perencanaan komunikasi adalah suatu teknik dalam memproses alternatif yang tersedia untuk mencapai tujuan komunikasi. Yang melibatkan keputusan, pengendalian dan penetapan alokasi sumber-sumber daya komunikasi secara logis (Yasir, 2011:20).

Komunikasi merupakan faktor yang penting dapat mempermudah sampainya informasi maupun pesan-pesan bisnis dari produsen ke pelanggan. Untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran tersebut di perlukan suatu strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi

(*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Effendy, 2007:32).

### **Strategi Kominikator**

Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peran yang sangat penting, terutama dalam mengendalikan jalannya komunikasi. Untuk itu, seseorang komunikator harus terampil dalam berkomunikasi, dan juga kaya ide serta penuh kreatifitas. komunikator adalah pihak pengirim pesan kepada khlayak. Oleh karena itu, komunikator bisa disebut pengirim, sumber atau *encoder*. Satu hal yang sering dilupakan oleh komunikator sebelum memulai aktivitas komunikasinya, ialah bercermin pada dirinya apakah syarat-syarat yang harus dimiliki komunikator telah dipenuhi atau belum.

Komunikasi yang dilakukan tanpa mengenal sasaran, yang akan disalahkan adalah komunikatornya. Komunikator adalah orang yang mengambil inisiatif terjadinya sesuatu peroses komunikasi. Yang harus mengetahui lebih awal tentang kesiapan dirinya, pesan yang ingin disampaikan, media yang ingin digunakan, hambatan yang mungkin ditemui, serta khalayak yang akan menerima pesannya. Untuk memahami diri sendiri, Joseph Luft dan Harrington Ingham memperkenalkan sebuah konsep dengan nama "Jhohari Window" sebuah kaca jendela yang terdiri atas empat bagian (Cangara. 2007:88).

### **Strategi Pesan**

Pesan adalah serangkaian isyarat/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat/symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu. Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat

penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang dimengerti, kata-kata sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan.

Sifat-sifat pesan dalam teknik penyampaian pesan terbagi menjadi tiga diantaranya bersifat informatif, persuasif dan mendidik yaitu:

1. Pesan yang bersifat informatif adalah pesan yang berisikan pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima. Jika seseorang berkata bahwa ia telah mendapatkan informasi setelah mengetahui sesuatu (Cangara. 2013:142).
2. Pesan yang bersifat persuasif yaitu pesan yang berisikan proposisi yakni setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan, komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku, seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan (Cangara. 2013:142).
3. Pesan yang bersifat mendidik adalah pesan informatif tekannya pada unsur kognitif, afektif dan psikomatik. Pesan mendidik harus memiliki tendensi kearah perubahan dari yang belum tahu menjadi tahu, juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Pesan mendidik harus disampaikan oleh seseorang komunikator yang mengetahui masalah itu dari peserta didik (Cangara. 2013:142).

### **Strategi Pemilihan Media**

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik

isi dan tujuan isi pesan yang akan disampaikan dan jenis media yang dimiliki khalayak. Pengetahuan tentang pemilikan media dikalangan masyarakat harus diketahui lebih dahulu berdasarkan hasil riset yang dilakukan.

### **Duta Wisata**

Duta wisata merupakan putra-putri yang mewakili daerahnya dalam upaya mempromosikan potensi dan aset wisata daerahnya, diharapkan dengan menyandang gelar duta wisata mereka yang terpilih adalah sosok duta wisata yang kreatif, inovatif, percaya diri, berpengalaman dan berjiwa diri. Hal itu ditunjang oleh penampilan yang simpatik, yang kemudian diarahkan untuk dapat menggapai visi terwujudnya duta wisata sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan budayanya, dan berperan aktif agar dapat mempengaruhi khalayak ramai dalam mempromosikan kebudayaan dan kepariwisataan. duta wisata merupakan atraksi wisata yang bertujuan melestarikan budaya daerah. Sekaligus sarana pengembangan potensi bakat, kreativitas, kecerdasan para generasi muda untuk menjadi figur yang dapat berperan dalam mempromosikan kekayaan seni, budaya dan pariwisata. Serta menghilangkan citra sebagai pelengkap kegiatan atau pajangan saja.

Duta wisata adalah ikon pariwisata dan kebudayaan yang terpilih setelah melewati serangkaian proses seleksi yang dikemas secara apik, sehingga menjadi perpanjangan tangan pemerintah dalam upaya memperkenalkan potensi pariwisata dengan tujuan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun asing, pemilihannya dilakukan rutin setiap tahunnya dengan persyaratan tertentu.

Bujang dan Dara adalah julukan bagi duta wisata yang mewakili pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti yang akan mengemban tugas sebagai informan dan juga sebagai promotor wisata di Kabupaten Kepulauan Meranti, ajang ini diharapkan mampu mengenalkan dan mempromosikan pariwisata dan juga budaya yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yang dipaparkan ke dalam bahasa cara pandang subjek penelitian berkenaan dengan masalah yang diteliti yang juga merupakan data.

### **Lokasi dan Jadwal Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Sekretariat Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dan di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

### **Subjek dan Objek Penelitian**

#### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan orang-orang yang menjadi informan dalam suatu penelitian (Alwasilah, 2002:115). Penentuan sumber informasi secara purposif dilandasi dengan tujuan atau pertimbangan tertentu terlebih dahulu. Selain itu, purposif bisa diartikan sebagai maksud, tujuan atau kegunaan (Yusuf, 2014:369). Pemilihan narasumber dilakukan dengan teknik purposif. Teknik purposif adalah satu strategi menentukan informan yang paling umum di dalam penelitian kualitatif, yaitu menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan

dengan masalah penelitian (Burhan Bungin, 2007:107).

Pada penelitian ini kriteria yang digunakan dalam pemilihan informan adalah perwakilan dari anggota Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dan orang-orang yang memang terlibat langsung dan memiliki tanggung jawab dalam strategi komunikasi mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti. Berdasarkan penjelasan kriteria tersebut maka penulis menentukan informan sebagai berikut:

- a. Kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti.
- b. Ketua umum Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dan juga merupakan Bujang Kepulauan Meranti 2011.
- c. Bujang dan Dara Kepulauan Meranti 2017 dan merupakan Bujang dan Dara TOP 10 Provinsi Riau.
- d. Bujang dan Dara Kepulauan Meranti 2018 dan merupakan pemenang Bujang Provinsi Riau 2018 dan Dara III Provinsi Riau 2018.

Pemilihan informan ini bertitik tolak pada pertimbangan pribadi penulis yang menyatakan bahwa informan benar-benar representatif atau sangat mewakili dalam mencari informasi dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk subjek informan dari masyarakat menggunakan teknik aksidental / *accidental tehnic*, menurut Sugiyono, (2016:124) Teknik Aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini penulis

mewawancarai 4 orang masyarakat sebagai informan, dan adapun karakteristik informan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memang mengetahui sedikit banyaknya tentang Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti, teknik aksidental pada penelitian ini digunakan untuk dijadikan informan wawancara sebagai bahan pendukung penelitian ini.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2002: 115). Adapun Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan Ikatan Bujang Dara sebagai duta wisata dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti, meliputi bagaimana strategi komunikator, strategi pesan, strategi pemilihan media, serta apa faktor pendukung dan faktor penghambat Ikatan Bujang Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **Teknik Pengumpulan Data Wawancara**

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai. (Bungin, 2011:134).

Setiap subjek diberi pertanyaan yang hampir sama, hal ini untuk menghindari bias, sebelum melakukan wawancara terhadap subjek, peneliti telas meminta izin kepada yang bersangkutan untuk diwawancarai kemudian melakukan wawancara. Penulis telah mewawancarai pihak

Bujang Dara Kepulauan Meranti dan juga Kepala Dinas Pariwisata Kepulauan Meranti secara tatap muka, sedangkan informan dari masyarakat sebagai informan pendukung dalam penelitian ini di wawancara secara virtual atau wawancara secara atidak langsung melalui telepon dan juga chat, penulis tidak bisa langsung menemui informan karena pandemic covid-19.

Dalam penelitian penulis melakukan wawancara tidak struktur dimana pewawancara dan informan bisa saling memberikan pendapat dan tidak terlalu kaku dan tentunya tetap mengikuti pedoman umum yang telah dibuat agar tidak lari dari permasalahan yang akan diteliti.

### **Observasi**

Penulis melakukan observasi secara langsung dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh Bujang Dara Kepulauan Meranti. Adapun yang menjadi observasi pada penelitian ini adalah data-data yang peneliti peroleh dari Sekretariat Bujang Dara Kabupaten Kepulauan Meranti dan peneliti juga terlibat dalam kegiatan Bujang Dara yang sedang berlangsung.

### **Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, bisa berbentuk catatan harian, foto, gambar, dan sejarah kehidupan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis yaitu dengan cara menyalin data-data atau arsip yang tersedia pada interview yang berhubungan dengan penelitian.

### **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari

Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Tahapannya meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### **Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Perpanjangan Keikutsertaan**

Pada teknik keikutsertaan ini penulis ikut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti. Dalam hal ini penulis juga merupakan anggota dari Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti sehingga penulis dapat langsung berbaur di lingkungan ini, sehingga penulis mendapatkan informasi dengan kebenaran yang diperoleh.

### **Triangulasi**

Triangulasi merupakan cara menghilangkan perbedaan konstruksi, kenyataan dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data mengenai berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain peneliti dapat membandingkan dengan temuannya dengan jalan membandingkan dengan sumber, metode atau teori (Moleong, 2005 : 332).

Peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh setelah turun ke lapangan dengan berpedoman kepada konsep triangulasi oleh Moleong. Melalui observasi, peneliti dapat langsung membandingkan hasil pengamatan tersebut dengan keterangan-keterangan lebih lanjut yang didapatkan setelah melakukan wawancara dengan subjek. Peneliti juga membandingkan bagaimana pandangan atau perspektif dari berbagai pendapat dan pandangan orang, sehingga dapat diketahui adanya kesesuaian atau ketidaksesuaian harapan antara kedua belah pihak sehingga kebenaran informasi yang telah diperoleh

sebelumnya oleh peneliti dapat lebih diperkuat.

## **GAMBARAN UMUM Sekilas Kabupaten Kepulauan Meranti**

Kabupaten Kepulauan Meranti adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia, dengan ibu kotanya Selatpanjang. Kabupaten Kepulauan Meranti adalah Kabupaten termuda Kabupaten Kepulauan Meranti ini terdiri dari Pulau Padang, Pulau Merbau, Pulau Rangsang, Pulau Topang, Pulau Manggung, Pulau Jadi, Pulau Setahun, Pulau Tiga, Pulau Baru, Pulau Paning, Pulau Berembang, dan Pulau Burung. Adapun nama Meranti itu sendiri diambil dari nama gabungan “Pulau Merbau, Pulau Rangsang dan Pulau Tebing Tinggi”.

### **Bujang Dara Kepulauan Meranti**

Bujang Dara merupakan pemuda-pemudi yang dipilih dengan cara adanya seleksi yang diselenggarakan terlebih dahulu melalui berbagai proses pemilihan dengan berbagai tahapan seleksi yang berada dibawah pengawasan langsung oleh IBDM dan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti. Adanya tujuan pemilihan Bujang dara adalah untuk menampung animo generasi muda agar memiliki kegiatan yang positif sekaligus memajukan pariwisata yang ada di Kepulauan Meranti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian merupakan data yang penulis kumpulkan selama dilapangan yang kemudian direduksikan berdasarkan pertanyaan penulisan. Hasil penelitian memaparkan jawaban-jawaban informan serta data-data dari lapangan yang berguna untuk dianalisa

secara akademis sesuai dengan kebutuhan penulisan.

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah penulis lakukan dilapangan sesuai dengan pokok penelitian yang telah dirumuskan yaitu observasi dan wawancara yang penulis lakukan tidak sepenuhnya berlangsung dalam suasana formal melainkan lebih dalam suasana informal, sehingga lebih memungkinkan terjadinya hubungan yang lebih terbuka antara penulis dan informan untuk menggali informasi yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini.

Penulis akan membahas hasil dari penelitian dan akan penulis uraikan secara satu persatu mengenai strategi komunikator, strategi pesan, strategi pemilihan media yang digunakan dan juga faktor pendukung dan faktor penghambat dari Bujang Dara Kepulauan Meranti dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **Strategi Komunikator Bujang Dara Kepulauan Meranti Sebagai Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.**

Dalam strategi komunikasi bujang dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti. Dalam menentukan seorang komunikator, bujang dara Kepulauan Meranti menetapkan orang-orang yang memiliki kapasitas, kredibilitas serta daya tarik dan juga pengetahuan yang luas tentang potensi pariwisata yang ada di Kepulauan Meranti agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Dalam melaksanakan strategi komunikator salah satu yang menjadi acuan adalah kredibilitas komunikator. Kredibilitas merupakan sebuah kondisi

dimana komunikator dianggap memiliki kemampuan dan pengetahuan wawasan lebih luas tentang potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti. Namun strategi menentukan komunikator yang dilakukan Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti melalui kredibilitas yang mampu menyampaikan pesan kepada khalayak atau masyarakat yang luas yaitu mampu berkomunikasi dengan baik sehingga khalayak atau masyarakat menjadi percaya bahwa apa yang disampaikan terkait pariwisata yang ada adalah sebuah kebenaran. dikatakan memiliki kredibilitas adalah terampil dalam suatu bidang tertentu dan ia dipercaya sebagai orang yang jujur, memiliki integritas atau memiliki reputasi bisa dipercaya.

Dalam menjadi seorang komunikator juga harus memiliki daya tarik begitu juga dengan Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti diharapkan akan menjadi daya tarik sebagai penyampai pesan kepada masyarakat. Daya tarik merupakan karakteristik yang menentukan keberhasilan, bila sumber dinilai menarik oleh penerima, maka upaya persuasi akan lebih cepat berhasil dalam kata lain memiliki penampilan yang berkharismatik.

### **Strategi Pesan Bujang Dara Kepulauan Meranti Sebagai Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.**

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dalam mempromosikan potensi pariwisata menyampaikan pesan bersifat informatif yaitu mengemas pesan melalui foto dan video yang sengaja dibuat oleh Bujang Dara Kepulauan Meranti agar masyarakat bisa melihat secara visual tempat wisata yang ada di kabupaten

Kepulauan Meranti tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengunjung untuk datang ketempat destinasi wisata tersebut tentunya dengan penyampain pesan yang bersifat informatif.

Pesan komunikasi tentunya mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil begitu juga dengan komunikasi yang dilakukan Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti. Keberhasilan suatu kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang akan di pakai secara tepat. Bagi Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti pesan yang mereka sampaikan adalah yang bersifat informatif dan persuasif.

Salah satu teknik yang dilakukan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti tidak hanya sekedar pesan yang berisikan pesan yang informatif tetapi juga penekanan inti pokok pesan yang akan disampaikan, pesan yang dilakukan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti. dalam mempromosikan destinasi pariwisata yang ada, Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti juga menyampaikan pesan bersifat secara persuasif, yaitu dengan menggunakan tagar #yokkemeranti yang merupakan tag line untuk menggambarkan atau menggajak para wisatawan untuk datang dan berkunjung ke Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **Strategi Pemilihan Media Bujang Dara Kepulauan Meranti Sebagai Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.**

Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide,

gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Strategi pemilihan media dalam mempromosikan potensi pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti yang dilakukan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti menggunakan saluran media cetak berupa poster yang biasanya digunakan saat kegiatan-kegiatan tertentu dan juga media online berupa media sosial yaitu instagram dalam mempromosikan potensi pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.

### **Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Bujang Dara Kepulauan Meranti Sebagai Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti.**

Menjadi seorang bujang dara wisata di Kabupaten Kepulauan Meranti tidaklah mudah. Banyak sekali yang harus dijaga ketika menghadapi masyarakat, tingkah laku sopan satunya harus tetap terjaga terlebih lagi aktivitas bujang dara ini pasti tidak hanya berfokus disini saja banyak hal-hal lainnya yang juga harus dilakukan oleh seorang bujang dara dimana nantinya pasti akan ada faktor-faktor yang akan mempengaruhinya akan ada faktor pendukung dan faktor penghambat dari berbagai sisi biasanya faktor ini akan sejalan dengan keberlangsungan kegiatan yang dilaksanakan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti.

faktor pendukung seperti ini diartikan bahwa semua masyarakat tahu siapa Bujang Dara Kepulauan Meranti itu dan banyak didukung masyarakat maupun sponsor untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan, untuk faktor penghambat sendiri adalah sumber dayanya sendiri terhadap jadwal

sesama anggota bujang dara yang jarang bisa sinkron satu dan lainnya, tidak semua anggota dari Ikatan Bujang Dara menguasai bahasa asing, dan juga faktor alam menuju lokasi objek wisata faktor lainnya adalah dana dimana ini merupakan faktor untuk mengukur suksesnya suatu program dari kegiatan itu sendiri.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang strategi komunikasi bujang dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti, maka penulis dalam penelitian ini dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Komunikator adalah seluruh anggota dari Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti. Pemilihan Komunikator ini karena seluruh anggota berperan dalam upaya mempromosikan potensi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti. Sehingga menjadi kunci utama sebagai komunikator untuk memahami informasi yang akan diberikan kepada khalayak. Hal ini juga berhubungan dengan komunikator Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti menetapkan orang-orang yang memiliki kapasitas dan kredibilitas serta pengetahuan yang luas tentang destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti sehingga mampu mempromosikan destinasi wisata tersebut.
2. Strategi Pesan yang digunakan oleh bujang dara dalam mempromosikan potensi pariwisata, Dalam teknik penyampaian pesan Bujang Dara Kepulauan Meranti bersifat informatif dengan informasi yang disajikan melalui foto dan video

yang dikemas dengan semenarik mungkin agar masyarakat bisa menerima pesan yang disampaikan. Dan pesan yang bersifat persuasif dengan menyisipkan pesan singkat yaitu #yokkmeranti bertujuan agar masyarakat menjadi tau dan menjadi ciri khas untuk Kepulauan Meranti, sehingga dapat membuat masyarakat tertarik mengunjungi objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.

3. Strategi Pemilihan Media dengan penggunaan media yang tepat tentunya memberikan pengaruh kepada tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan. Media yang digunakan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti dalam mempromosikan pariwisata Kepulauan Meranti melalui media cetak yaitu poster untuk kegiatan tertentu dan juga media online terkhususnya media sosial instagram.
4. Faktor Pendukung ketika bujang dan dara menyampaikan pesan perihal pariwisata dan membuat kegiatan adanya dukungan dari dinas setempat juga peran serta dari masyarakat dan sponsor yang turut membantu untuk kelancaran kegiatan tersebut, sedangkan faktor penghambat adalah kurang optimalnya dukungan dari sumber daya manusianya, Bujang dan Dara kurang menguasai penggunaan bahasa asing, faktor alamnya kendala menuju kelokasi objek wisata dan juga dana untuk melakukan kegiatan.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dengan mengamati secara langsung dari Bujang Dara Kepulauan Meranti dalam mempromosikan potensi pariwisatanya

dan melewati proses yang cukup panjang dan mewawancarai langsung. maka penulis dapat menyimpulkan sebuah saran dengan tujuan membangun bujang dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Kepulauan Meranti agar lebih baik lagi kedepannya, diantaranya:

1. Strategi komunikator untuk Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti agar terus memperbaiki diri kedepannya dan harus berani mengupgrade diri, dan juga lebih aktif dan kreatif lagi dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang ada agar para bujang dan dara sebagai duta wisata lebih menguasai lagi materi mengenai potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti.
2. Strategi pesan yang dilakukan oleh Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti sudah sangat baik, perlu saja ada peningkatan lagi agar pesan dikemas semakin menarik untuk penerima pesan.
3. Strategi pemilihan media dari Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti terkhususnya media sosial sangat baik karena mengikuti perkembangan zaman, mudah diakses juga cepat dalam menyampaikan informasi. Akan lebih baik jika bujang dara juga bekerjasama dengan media-media lainnya yang ada di Kabupaten Kepulauan Meranti contohnya Radio dan media lokal sejenisnya.
4. Untuk faktor pendukung semoga Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti tetap terus didukung oleh pemerintah dan masyarakat sehingga bisa terus mengekspose objek wisata yang ada untuk terus di promosikan, dan untuk faktor penghambat semoga bujang dara bisa meminimalisir setiap

hambatan-hambatan yang dihadapi di setiap kegiatan yang dilakukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A.C. 2002. Pokoknya Kualitatif: dasar dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Arsyad, A. 2002. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Adhitya Andrebina Agung.
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media.
- Cangara, H. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, 2007. *Strategi Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, 2014. *Komunikasi Teori dan Filsafat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Iriantara, Yosol. 2004, *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Iriantara, Yosol. 2005, *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2002, *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2006, *Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Sosial Lainnya*, Bandung: PT Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007, *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rumiyeni & Evawani. 2015. *Komunikasi Pemasaran*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Ruslan, Rosady. 2003, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukandarmudi. 2004. *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada Yogyakarta Press.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Yasir, 2011. *Perencanaan Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Yunus, Syarifudin. 2010 *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yusuf, A. Muri. 2014 *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

**Skripsi :**

Fiana Desti, Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada Air Terjun Guruh Gemurai, 2018, Universitas Riau.

Ilham Fajri. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Budaya Perahu Baganduang, 2018, Universitas Riau.

**Jurnal :**

Ambarawati, Anak Agung Ayu, 2011. Evaluasi Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam Event Pesta Kesenian Bali Untuk Menarik Wisatawan Mancanegara. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran'.

Leliyana Andriyani, 2014. Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kebudayaan dan Pariwisata di Kalimantan Timur, Universitas Mulawarman.

**Sumber lain :**

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kepulauan Meranti. Ikatan Bujang Dara Kepulauan Meranti.