

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN ROKAN HILIR DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA PULAU JEMUR

Oleh : Epa Yani

[Epayani123@gmail.com](mailto:Epayani123@gmail.com)

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya KM. 12,5, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28293

Telp/Fax. 076-63277

## ABSTRACT

*Seeing the ever increasing number of visits, Jemur Island is one of the potential objects that can be developed in Rokan Hilir Regency. Marketing strategies are needed to increase the number of visitors and the competitiveness of tourism products in the market. To increase the number of visitors, and introduce it to the wider community, an appropriate marketing communication strategy is needed by the local government. The purpose of this study was to determine how the form of advertising (advertising) carried out by the tourism office of Rokan Hilir Regency in promoting the Jemur Island Tourism Object.*

*This type of research is field research that directly goes to the research location. This research is qualitative in nature of giving (descriptive) to tell the real things in the field. The location of this research was conducted in the tourist attraction of Pulau Jemur, Rokan Hilir Regency. The subjects of this research are the Head of the Rokan Hilir Regency Tourism Office, the Public Relations section of the Tourism Office and other employees because in these sections and positions policies are made and implemented for the development of the island of tourism objects. The object of research is the Marketing Communication Strategy of the Rokan Hilir Regency Tourism Office in increasing the number of visits to the Jemur Island Tourism Object. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. In the data analysis process, researchers used an interactive analysis model. Miles and Huberman's interactive analysis model consists of four components, namely (1) data collection (2) data reduction, (3) data presentation, and (4) drawing conclusions.*

*The results showed that the advertisements carried out by the Department of Culture, Tourism, Youth and Sports of Rokan Hilir Regency on Jemur Island with the installation of billboards in an easily visible place, in addition to electronic media such as television was implemented. Sales promotion for Pulau Jemur is by going straight to the barge fire event. In the application of personal selling, namely creating outdoor exhibitions or solo exhibitions. In the implementation of public relations, cooperation with the mass media, including: television stations, magazines and collaborating with other parties in the development and management of tourist objects. Direct marketing is carried out by means of direct introduction, bringing media to the Jemur Island area which is provided with lodging, consumption, transportation facilities for the purpose of publication.*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, Rokan Hilir Regency Tourism Office, Jemur Island Tourism Object*

## PENDAHULUAN

Pemetaan potensi yang dimiliki oleh negeri ini membentang luas, mulai dari ujung gugusan kepulauan Sumatra hingga kepulauan Papua yang berisikan potensi laut (bahari) dan juga daratannya, dihiasi oleh pegunungan – pegunungan yang subur dengan hasil buminya yang melimpah, seperti: padi, jagung, sagu, ikan laut, dan masih banyak lainnya. Dengan adanya ribuan jumlah pulau yang ada di Indonesia, mengakibatkan pula keragaman budaya yang berciri khas dari suatu daerah.

Persoalan utama kemudian yang mengemuka belakangan adalah bagaimana meningkatkan daya saing daerah sehingga potensinya dapat tergarap dengan maksimal. Otonomi daerah kemudian menyediakan kesempatan yang seluas luasnya kepada daerah memanfaatkan sumber daya, ide dan orang untuk memaksimalkan pembangunan. Otonomi pula yang kemudian mendorong semakin sengitnya kompetisi antardaerah, yang kemudian menuntut kesiapan daerah untuk lebih inovatif dan berdaya saing.

Salah satu kawasan yang bisa dijadikan daya tarik wisata di Provinsi Riau adalah kawasan Pulau Jemur yang berada di Kabupaten Rokan Hilir yang memiliki nilai estetika tinggi diantaranya mempunyai kawasan pantai yang menjadi tempat penangkaran Penyu Hijau langka yang saat ini sangat jarang bisa ditemukan. Tidak hanya itu, Pulau Jemur juga memiliki kekayaan biota laut dan terumbu karang yang indah sehingga berpotensi besar untuk dijadikan sebagai daya tarik ekowisata lingkungan yang menjanjikan Pulau Jemur mempunyai potensi dan daya tarik tersendiri dari segi keindahan ekologis, sementara belum begitu dilirik oleh wisatawan karena belum terpublikasi secara luas.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang langsung terjun untuk meneliti ke lokasi penelitian atau lebih sering disebut kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental (fakta dan nyata) bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong, 2010:3).

Penelitian ini, penelitian kualitatif bersifat pemberian (deskriptif) untuk menceritakan secara nyata yang ada di lapangan. Penelitian deskriptif artinya mencatat secara teliti segala gejala (fenomena) yang di lihat dan didengar serta dibacanya (via wawancara atau bukan, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dokumen resmi atau bukan, dan lain-lain yang dianggap dapat menguatkannya) (Bungin, 2012: 93).

### 1. Subjek Penelitian

Menurut Burhan Bungin, subjek penelitian yaitu “Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh penelitian. Jika kita bicara tentang subjek, sebetulnya kita berbicara tentang unit analisis, yaitu subjek yang menjadi pusat perhatian atau sasaran peneliti” (Bungin, 2012: 93).

Subjek penelitian ini adalah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir, bagian humas Dinas Pariwisata dan pegawai lainnya karena pada bagian dan jabatan tersebut kebijakan dibuat dan dilaksanakan untuk pengembangan objek wisata pulau jemur.

### 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)” (Sugiyono (2017:41).

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke Objek Wisata Pulau Jemur .

### 3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah suatu informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa atau gejala baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Berkaitan dengan hal itu bagian ini jenis dibagi ke dalam kata-kata atau tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik (Moleong, 2010:157).

Berdasarkan metodologi penelitian di atas, maka sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data pokok yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber pokok adalah catatan-catatan hasil wawancara

terstruktur serta non struktur kepada informan kunci dengan *face to face* (langsung bertatap muka) ketika mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian dan pengamatan langsung (Amiruddin, 2008: 81).

Menurut Sugiyono, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 412). Jadi dapat disimpulkan bahwa data primer adalah hasil dari wawancara dan observasi di tempat penelitian yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 402). Selain itu data sekunder juga dapat diartikan data yang telah dikumpulkan dan dari sumber-sumber yang telah ada dan disebut data pendukung, yakni dapat disimpulkan bahwa data-data tersebut adalah data yang diperoleh dari buku, dokumen-dokumen resmi serta hasil-hasil laporan yang membahas masalah penelitian ini (Amiruddin, 2008: 82). Data sekunder dalam penelitian ini berupa jumlah pengunjung objek wisata, kondisi objek wisata dan hal lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan informasi suatu data dan bahan lainnya dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini dilakukan dengan tiga cara yaitu :

1. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Observasi juga adalah kegiatan yang setiap saat kita lakukan. Dengan perlengkapan panca indranya yang kita miliki, kita sering mengamati objek - objek di sekitar kita (Kriyantono, 2009: 108).

Dalam hal ini penulis secara langsung mengamati terhadap objeknya dengan dibantu seperangkat alat seperti

*tape recorder*, buku catatan dan lain-lain yang semua itu dilakukan dengan datang langsung ke Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir. Observasi yang dilakukan adalah melihat berlangsungnya kegiatan yang ada pada objek wisata tersebut.

#### **2. Wawancara**

Wawancara juga bisa diartikan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Kriyantono, 2009: 98). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke Objek Wisata Pulau Jemur.

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dalam melakukan wawancara pada orang-orang yang bersangkutan (narasumber) peneliti langsung mengumpulkan data-data untuk dijadikan dokumen (Arikunto, 2010: 145).

Dokumentasi dilakukan untuk mencari data atau informasi melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan serta dokumen - dokumen lainnya. Dokumen dapat berupa catatan pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, *photo*, rekaman video, rekaman kaset, dan lain sebagainya.

#### **5. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang yang dapat diamati, analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai narasumber, yaitu dari lapangan, dokumen pribadi dan dokumen resmi lainnya. Setelah dibaca, dipelajari dan

ditelaah, maka langkah berikutnya ialah mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi (rangkuman).

Dalam proses analisis data yang dilakukan peneliti menggunakan model analisa interaktif. Model analisa interaktif dari Miles dan Huberman dikutip oleh Pawito (2008:104-106) terdiri dari empat komponen, yaitu (1) Pengumpulan Data (2) Reduksi data, (3) Sajian data, dan (4) Penarikan kesimpulan.

## 6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik menguji keabsahan data menurut Sugiyono sebagai berikut :

### 1. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan peneliti bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan. Dalam hal ini, peneliti kembali ke lokasi penelitian untuk melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber datang yang pernah ditemui atau pun belum, hal ini akan menambah fokus penelitian yang mungkin ada yang data dirahasiakan sehingga akan memunculkan data yang sebenarnya. Perpanjangan keikutsertaan dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara yang didapat di kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir

### 2. Ketekunan pengamatan

Dalam hal ketekunan pengamatan bertujuan untuk melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan pengamatan, penulis dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis dari yang diamati.

Ketekunan pengamatan dalam penelitian ini dengan pengecekan kebenaran informasi kepada para informan yang telah ditulis oleh peneliti dalam laporan penelitian. Mendiskusikan dengan di jurusan tempat penelitian belajar (*Peer Debricfing*), termasuk koreksi di bawah para pembimbing. Perpanjangan waktu penelitian. Cara ini

akan ditempuh selain untuk memperoleh bukti yang lebih lengkap juga untuk memeriksa konsistensi tindakan informan

### 3. Triangulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dengan demikian triangulasi dapat disimpulkan sebagai teknik pengumpulan data dan waktu penelitian agar lebih memfokuskan data yang diperlukan. Teknik yang digunakan antara lain observasi, partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi.

### 4. Mengadakan Member *Check*

Teknik ini dilakukan dengan cara diskusi dengan sumber data penelitian yang bertujuan agar data yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan penelitian sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data tersebut atau informan (Sugiyono, 2012: 461).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

penelitian ini ialah pada strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Rokan Hilir meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Pulau Jemur. Hal tersebut dikarenakan peneliti mempunyai keingintahuan untuk mengetahui hubungan komunikasi yang terjadi antara pengelola/pemerintah daerah dengan masyarakat luas.

Membahas mengenai strategi menarik minat pengunjung, tentunya tidak lepas dari komunikasi pemasaran, karena dalam proses tersebut dibutuhkan komunikasi dari pengelola terhadap calon wisatawan. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan juga strategi komunikasi pemasaran agar nantinya tujuan dari para pengelola untuk menarik minat wisatawan dapat terlaksana dan mencapai target yang diinginkan.

## HASIL

### 1. Strategi Periklanan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur

#### a. Koran

Koran adalah salah satu sarana berpromosi yang mudah dilihat orang, contohnya di koran Haluan Riau dan Harian Pagi Riau Pos. Di Koran

diiklankan setiap kali akan ada *event*. Seperti yang dikatakan salah satu staf Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Wira Permata :

Kita tetap mengiklankan di koran ketika akan diadakan *event*, karena sampai saat ini koran masih ada pembaca dan peminatnya, walaupun sudah banyak yang malas membaca koran dan beralih ke media online.

#### b. Brosur

Brosur bertujuan mengenalkan destinasi pariwisata Kabupaten Rokan Hilir lebih dekat kepada pengunjung. Brosur diedarkan pada saat akan diadakannya *ekshibition* atau pameran tunggal. Hal ini sesuai dengan pernyataan kepala Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Tressi Adi Hendra:

Pertama kami bagikan brosurnya ke orang-orang di kawasan wisata di pusat-pusat keramaian, kami memilih disekitaran kota Bagansiapiapi karena di kawasan tersebutlah yang menjadi pusat ibukota kabupaten Rokan Hilir, lalu kami menjelaskan gambaran umum tentang *event* yang akan kami laksanakan. Kami membuat brosur semenarik mungkin agar wisatawan tertarik.

#### c. Spanduk

Spanduk adalah salah satu sarana berpromosi yang cukup efektif. Spanduk di pasang di tempat-tempat yang dianggap paling strategis dan mudah dilihat. Misalnya di bandar udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. Ini dianggap paling strategis karena Pekanbaru merupakan gerbang pariwisata di Riau. Berikut kutipan wawancara dengan Irma Muchayani selaku Kepala Seksi Industri dan Pengembangan Pariwisata :

Kami memasang *billboard* pulau jemur di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. Hal ini dikarena Pekanbaru merupakan gerbang pariwisata paling besar di Riau, jadi turis luar maupun domestik melihat langsung spanduk tersebut. Meskipun ada berbagai sarana periklanan luar ruang, spanduk merupakan media luar ruang yang utama. Iklan spanduk di rancang untuk

memperkenalkan nama merek sebagai tujuan utamanya.

#### d. Media elektronik televisi

Dinas Pariwisata Pemerintah kabupaten Rokan Hilir melakukan promosi melalui televisi diantaranya Riau TV dan TVRI Riau. Promosi berupa video-video dokumenter yang ditayangkan di Televisi. Berikut kutipan wawancara dengan staf Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Wira Permata:

Media televisi yang kami gunakan yaitu televisi lokal dan nasional seperti TVRI, Metro TV, RTV untuk menayangkan pemberitaan objek wisata di kabupaten Rokan Hilir, kami juga menayangkan semacam video dokumenter dengan system endorse yang berisikan jalan-jalan wisata kuliner dan objek wisata di kabupaten Rokan Hilir, seperti halnya vlog yang lagi ramai di media sosial. Video tersebut memperkenalkan dan mengajak dengan cara mengkomunikasikan testimoni kunjungan ke Pulau Jemur. Hal ini dilakukan agar calon wisatawan dapat terbujuk untuk melakukan perjalanan ke Pulau Jemur.

#### e. Website dan Aplikasi

Promosi melalui media *online* bertujuan mengenalkan Pulau Jemur kepada orang luar, khususnya masyarakat yang berada di luar Riau. Adapun *website* yang dijadikan sarana promosi adalah website pemerintahan Kabupaten Rohil, dimana dalam *website* tersebut terdapat konten mengenai Pulau Jemur. Konten *website* mengenai Pulau jemur pada website Pemkab

## 2. Strategi Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur.

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi yang bertujuan untuk menginformasikan kepada konsumen mengenai sebuah produk yang dipasarkan dan membujuk serta mempengaruhi agar konsumen melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Promosi penjualan bisa dilakukan dengan memberikan diskon, kupon, dalam hal ini pihak

pengelola memberikan diskon kepada pengunjung rombongan ataupun pengunjung rombongan berstatus pelajar. Seperti yang di kemukakan oleh Kepala Seksi Pengembangan SDM dan Tenaga Kerja, Bapak Iman Syahril,

Aktivitas komunikasi komunikasi pemasaran yang kami lakukan saat ini guna meningkatkan jumlah pengunjung wisata Pulau Jemur kami berinisiatif untuk mengusulkan atau memberikan saran kepada pemilik penginapan atau kapal untuk memberikan potongan harga kepada pengunjung rombongan yang datang ke lokasi wisata Pulau Jemur. Dengan aktivitas yang kami lakukan ini membuktikan dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata ke Pulau Jemur. Biasanya kita menggratiskan para *tour leader* atau memberikan potongan harga kepada anak-anak.

### **3. Strategi Personal Selling dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur.**

*Personal selling* merupakan alat promosi yang sifatnya lisan atau *face to face* karena melahirkan reaksi yang cepat. Konsep promosi penjualan tatap muka ini dilakukan pihak Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir untuk lebih mudah berpromosi. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Muh Toni :

Dalam penerapan *personal selling* yaitu kita membuat *exhibition* atau pameran tunggal diluar, Dalam *personal selling* kita ikut *exhibition* bersama dengan kota-kota lain, dan kita sebagai pesertanya, ada juga kita yang membuat sendiri acaranya, dan kita melakukan pameran tunggal diluar. Kami menyiapkan brosur-brosur dan gambar. Cara kami berkomunikasi tentang destinasi pariwisata yang ada di kabupaten Rokan Hilir yaitu, pertama dengan *face to face*. *Personal selling* sangat dibutuhkan dalam pemasaran, karena kita rasakan bagaimana cara kami membuat orang tertarik dan mau datang kesini.

Ditambahkan oleh wawancara dengan Kepala Seksi Pengembangan

SDM dan Tenaga Kerja, Bapak Iman Syahril menyatakan :

Dalam memperkenalkan objek wisata Pemerintah kabupaten Rokan Hilir, kami juga membawa kuliner khas Rokan Hilir, misalnya kacang pukul sambil mempromosikan destinasi - destinasi yang ada di Rokan Hilir. Dan memanfaatkan media yang ada, juga melalui situs, iklan yang ada di media sosial seperti youtube dan instagram, Promosi dilakukan dengan mengikuti *event* seperti pameran lalu kami membagikan brosur.

### **4. Strategi Public Relation dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur.**

Hubungan masyarakat dan publikasi sangatlah penting dalam suatu pemasaran, karena dengan kemampuan hubungan masyarakat yang baik maka akan menghasilkan publikasi yang mempengaruhi tingkat keberhasilan. Semua para masyarakat disekitaran objek wisata menjadi seorang humas bagi destinasinya sendiri, karena butuh banyak relasi dan harus mampu berinteraksi dengan baik terhadap masyarakat untuk mensukseskan pemasaran objek wisata pulau jemur.

Merupakan komunikasi nonpersonal yang ditujukan untuk mengubah opini atau mencapai liputan *audiens* seluas-luasnya. Terkait hubungan masyarakat, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir perlu melakukan suatu kerjasama dengan media massa, antara lain: stasiun televisi, majalah serta melakukan kerja sama dengan pihak-pihak dalam hal pengembangan dan pengelolaan objek wisata. Seperti pada kutipan wawancara berikut dengan Kepala Seksi Kerjasama dan Fasilitasi, Bapak Nailan Nizam:

Di lingkungan satuan kerja pemerintah daerah, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga melakukan evaluasi terkait program pemasaran yang dilakukan. Hal ini untuk menciptakan hubungan internal yang baik. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan Kerjasama dengan pemandu

wisata dalam mempromosikan objek wisata. Hal ini bertujuan agar pemandu wisata tersebut mampu melayani turis agar bisa menikmati keindahan Pulau Jemur.

##### **5. Strategi Direct Marketing dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata Pulau Jemur.**

Pemasaran langsung merupakan pendekatan pemasaran yang bersifat bebas dalam menggunakan saluran distribusi dan atau komunikasi pemasaran, yang memungkinkan pemasar memiliki strategi tersendiri dalam hubungannya dengan konsumen. Pada pemasaran langsung, dinas kebudayaan dan pariwisata dapat menyelenggarakan *event* setiap tahunnya yang di dalamnya terdapat beberapa agenda dalam memasarkan produk wisata kepada masyarakat maupun wisatawan.

*Event* merupakan suatu kegiatan yang menampilkan peristiwa atau rencana yang bertujuan untuk menarik perhatian secara terus menerus kepada mempunyai berbagai *event* untuk menarik jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara serta mempromosikan objek wisata Pulau Jemur. Dengan mengikuti *event-event* ini memang dapat berpengaruh terhadap meningkatkan kunjungan wisatawan ke kabupaten Rokan Hilir khususnya Pulau Jemur. Terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang untuk menyaksikan *event* yang bertaraf daerah ataupun nasional. *Event* yang dimiliki dan di ikuti oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir terbagi menjadi dua yaitu, *event* didalam daerah dan *event* di luar daerah.

Pemasaran langsung lainnya juga dapat pemasaran melalui mulut ke mulut yaitu komunikasi lisan atau tertulis dari orang ke orang atau komunikasi elektronik yang berkaitan dengan hasil atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir memanfaatkan pengalaman wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi Pulau Jemur untuk

mempromosikan pariwisata Pulau Jemur kepada calon wisatawan. Dalam hal ini pengaruh perkataan seseorang lebih kuat dari pada informasi dari berbagai iklan. Dalam kutipan wawancara dengan staf Bidang Destinasi Pariwisata Bapak Wira Permata mengatakan :

Menurut saya wisatawan yang sudah datang berkunjung ke Pulau Jemur pastinya ada beberapa orang yang menceritakan pengalamannya berwisata kepada teman-temannya ataupun itu keluarganya sendiri. Ini seperti mempengaruhi calon wisatawan selanjutnya untuk datang berkunjung ke Pulau Jemur.

#### **PEMBAHASAN**

Pemilihan strategi komunikasi pemasaran adalah hal penting untuk menentukan dimana informasi tersebut akan disampaikan. Para wisatawan lebih mengakses informasi mengenai destinasi wisata di Indonesia, lebih tertarik dengan budaya sampai kepada pemandangan alam pulau jemur yang didapatkan.

Promosi sejauh ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten antara lain dengan selalu hadir dalam pameran wisata provinsi dan nasional. Pemerintah daerah juga telah membuka Pusat Informasi Wisata di yang menyediakan brosur, peta, dan informasi bagi wisatawan, juga sekaligus berfungsi sebagai sumber informasi bagi wisatawan yang berkunjung. Pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari adanya potensi, pelaku, pengelolaan dan tata kelolanya.

Dari pemaparan diatas, pengadaan strategi-strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak pemasaran dapat menarik minat pengunjung, baik pengunjung lokal maupun nasional. Keberhasilan suatu strategi tidak akan terlepas dari bagaimana pihak pemasaran itu menjaga dan menciptakan sebuah objek wisata yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan dalam berkunjung, sehingga secara tidak langsung akan terus berdatangan dengan sendirinya, dan juga menjaga citra yang baik dengan selalu merespon dan yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Dalam usaha untuk mengkomunikasikan produk wisata pemerintah daerah sebaiknya bersinergi

dengan semua elemen diantaranya pelaku wisata, masyarakat, tokoh masyarakat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, hal ini dilakukan dengan menyebarkan informasi dan memperbaiki fasilitas demi kenyamanan wisatawan. Adapun media sosial, internet dan kemajuan teknologi memegang peranan utama dalam mempromosikan produk-produk wisata, hal ini karena semua orang menggunakan media sosial untuk berinteraksi satu sama lain, selain dapat mempercepat penyebaran informasi tentunya keberadaan media ini diharapkan dapat menjangkau khalayak lebih luas.

Kegiatan promosi juga belum dilakukan secara optimal dilihat dari pernyataan wisatawan, yang mana dari keempat wisatawan yang telah peneliti wawancarai, tidak ada satupun wisatawan yang mendapatkan informasi pariwisata dari media sosial yang dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Rokan Hilir, Sebaliknya para wisatawan mendapatkan informasi-informasi pariwisata dari media sosial yang dikelola oleh akun-akun pecinta wisata. Disini dapat dilihat bahwa usaha promosi yang dilakukan pemerintah melalui media sosial dari pemerintah belum terlaksana secara optimal.

Dari analisis data yang telah dijabarkan di atas dapat penulis tarik beberapa hambatan dalam peranan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir dalam pengembangan objek wisata Pulau Jemur adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya anggaran Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hilir untuk menjalankan perencanaan yang ingin dijalankan dalam upaya melakukan pengembangan objek wisata Pulau Jemur secara keseluruhan dari program yang telah direncanakan.
2. Belum adanya proses kerjasama yang terjalin baik dari pemerintah Pusat maupun pemerintah Provinsi untuk membantu Kabupaten Rokan Hilir, dalam upaya melakukan proses pengembangan objek wisata Pulau Jemur agar menjadi objek wisata yang memberikan daya tarik bagi wisatawan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa.

1. Iklan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir terhadap Pulau Jemur dengan pemasangan baliho-baliho di tempat yang mudah terlihat, selain itu dengan media elektronik semacam televisi pun dilaksanakan.
2. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir terhadap Pulau Jemur adalah dengan langsung turun pada *event* bakar tongkang. Melalui acara tersebut masyarakat yang mengunjungi Objek pariwisata Bakar tongkang diajak untuk mengunjungi Pulau Jemur.
3. Dalam penerapan *personal selling* yaitu kita membuat *exhibition* atau pameran tunggal diluar, Dalam *personal selling* pemerintah daerah ikut *exhibition* bersama dengan kota-kota lain, dan kita sebagai pesertanya, melakukan pameran tunggal diluar.
4. Dalam penerapan *public relations*, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir melakukan suatu kerjasama dengan media massa, antara lain: stasiun televisi, majalah serta melakukan kerja sama dengan pihak-pihak dalam hal pengembangan dan pengelolaan objek wisata.
5. Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir adalah dengan cara pengenalan secara langsung, mendatangkan media ke daerah Pulau Jemur yang diberi fasilitas penginapan, konsumsi, transportasi dengan tujuan publikasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2008, Pengantar Metode Penelitian, Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Butterick, Keith . 2012. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Grafindo Persada: Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2012, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer
- Kriyantono, Rachmat.2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2009. *Principles of Marketing*. 15e Global Edition. Pearson.
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e Global Edition. Pearson.
- Moleong, L.J. 2010, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Parwito, 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif* , Yogyakarta. LKIS
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009
- Meitaliza, Yeli. 2018. *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mengembangkan Brand Destination Pacu Jalur* . Universitas Riau. Pekanbaru.
- Merentek, Christofani. K. M. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dalam Mempromosikan Potensi Wisata di Raja Ampat*. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Rozi, Rahmat. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Pariaman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pantai Gandorih*. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Valda Aulia Rosyida. 2015. *Komunikasi Pemerintah Kota Bontang dalam Destination Branding Wisata Budaya Kota Bontang*. Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya. Malang.
- Yuliani, 2013, „ Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kominfo (DISBUDPAR) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Desa Pampang Samarinda “. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1,3 / 451-455.

### **Skripsi**

- Ambarawati. 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 Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional „Veteran“