

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN
PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN DESA
WISATA RANTAU LANGSAT DI KECAMATAN BATANG GANSAL
KABUPATEN INDRAGIRI HULU**

By :Putri Anggraini

Email :putrianggraini290699@gmail.com

Conselor : Dr. Noor Efni Salam, M.Si

Konsentrasi *Public Relation* – Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

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

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Indragiri Hulu Regency is one of the regencies that has natural potential that can be used as a leading tourism destination. Rantau Langsat Village is one of the areas in Indragiri Hulu Regency which has various forms of tourism in it. This tourist destination is program as one of the ecotourism in Riau Province. Of course, in carrying out this discourse, it is inseparable from the communication strategy carried out by the Youth, Sports and Tourism Office. The purpose of this study was to determine the strategy for selecting communicators, message composition, media selection and target audience determination.

The method used is a qualitative research method. The research was conducted at the Department of Youth, Sports and Tourism, Indragiri Hulu Regency. Data collection techniques with interviews, observation and documentation. There were 6 informants, namely 2 from the Youth, Sports and Tourism Office of Indragiri Hulu Regency, 2 from the management of the Rantau Salo tourism awareness group and 2 visitors. The data validity technique uses triangulation and participation expansion.

The results of this study indicate that the communication strategy carried out by the Youth, Sports and Tourism Office of Indragiri Hulu Regency in attracting tourist visits to Rantau Langsat tourist destinations is to determine that communicators have credibility and broad knowledge about Rantau Langsat tourist destinations. informative and persuasive while in the media selection strategy, the Youth Sports and Tourism Office uses social media Instagram and Facebook and the output media of billboards and banners, then the strategy in determining targets or audiences, the Youth Sports and Tourism Office does not determine the criteria because Rantau Langsat Tourism can be visited both young and old.

Keyword : Communication Strategic, Communicator, Message, Media, Target Audience

PENDAHULUAN

Pariwisata mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian suatu negara, dikutip dari hasil riset Bank Dunia yang menegaskan bahwasannya sektor pariwisata bereperan penting bagi pembangunan berkelanjutan, mendorong pertumbuhan GDP, meningkatkan intensitas perdagangan global, menaikkan investasi internasional sehingga mampu disampingnya untuk mengangkat perekonomian negara –negara yang tergolong berpendapatan rendah atau dikenal dengan istilah *low income countries* (Worlbank.com,2021).

Indragiri Hulu merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Riau. terkenal dengan mayoritas penduduknya Melayu Pesisir, Suku Talang Mamak, dan dihuni oleh beberapa penduduk pendatang baik dari suku Minang, Jawa, Batak, Banjar serta Bugis. Kabupaten Indragiri Hulu juga memiliki beberapa objek wisata seperti daerah lainnya. Objek wisata yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu sangat memiliki potensial yang sangat besar bagi pendapatan daerah apabila dikelola dengan manajemen yang baik.

Adapun objek wisata yang memiliki potensi adalah wisata yang terletak di kawasan perdesaan Rantau Langsat yang memiliki beberapa jenis wisata didalamnya. Kawasan destinasi ini merupakan kawasan yang masuk didalam wilayah administrasi Kecamatan Batang Gangsal dengan jarak tempuh dari kota Rengat lebih kurang 80 kilometer baik menggunakan roda dua ataupun roda empat. Kawasan ini masuk didalam kawasan hutan

penyangga Taman Nasional Bukit Tiga Puluh (TNBT). Kawasan wisata ini memiliki berbagai macam objek wisata yang mampu unruk dinikmati oleh wisatawan, seperti terdapat lima air terjun atau disebut juga dengan tembulun, diantaranya Tembulun Pampunawan dan Tembulum Membayang yang terletak di desa Lemang yang memiliki empat tingkat air terjun dan dikelilingi oleh rimbunya pepohonan, Tembulun Siamang di Dusun Siamang, Tembulun Bengayoan di Dusun Bengayawan, Tembulun Sultan Lembayang di Dusun Datai.

Kelebihan dari wisata desa Rantau Langsat juga terletak pada wisata budaya yang ada didalamnya seperti masih terdapatnya kehidupan masyarakat asli suku Talak Mamak yang hidup di Dusun Bengayawan dan Dusun Datai yang pengunjung dapat secara langsung melihat bagaimana suku tersebut bergantung dengan hutan alam, mulai mencari getah damar, tradisi kementan untuk mengobati penyakit, tradisi gawai utnuk pesta pernikahan dan tradisi tambat kubur untuk mengenang 100 hari kematian seseorang. Perkampungan suku ini dapat dilihat oleh pengunjung saat menyusur sungai Batang Gangsal artinya ketika menikmati wisata alam pengunjung juga disuguhi wisata budaya saat susur sungai.

Selain wisata budaya kawasan ini juga memiliki jenis wisata sejarah didalamnya, berbagai macam peninggalan zaman kerajaan dahulu dapat ditemui dikawasan ini seperti bebatuan yang memiliki cerita didalamnya serta dipercayai oleh penduduk setempat. Adapun sejumlah batu yang menjadi legenda

di kawasan ini adalah batu Batu Tobat, Batu Hibatnasi, Batu Babi, Batu Naga, Batu Lipat Kain, Lubuk Kodil dan sejarah Halaman Bidadari.

Destinasi Wisata Rantau Langsat juga memiliki jenis wisata khusus didalamnya yang dapat dinikmati oleh para wisatawan, seperti terdapat saat masuk di halaman depan akan terdapat halaman *Camping Ground* yang digunakan untuk berbagai event didalamnya, pengunjung dapat melatih keseimbangan dengan menyusuri rumah pohon yang disediakan oleh pengelola, salah satu objek wisata minat khusus adalah terdapatnya menara pandang disekitar lokasi *Camping Ground* yang pengunjung dapat menikmatinya dengan membayar 10 ribu untuk satu kali pemanjatan yang diatasnya pengunjung dapat melihat hamparan luas alam yang terbentang dikawasan destinasi Rantau Langsat. Wisata minat khusus yang tak kalah menjadi salah satu favorit bagi pengunjung adalah wisata arung jeram yang dilakukan sepanjang susur sungai batang gangsal, wisata arung jeram dapat dilakukan karena memang sungai batang gangsal memiliki arus yang relatif deras serta memiliki bebatuan yang besar sehingga dapat menjadi kawasan arung jeram yang dimanfaatkan oleh pengelola setempat. Wisata arung jeram ini menurut pengelola juga menjadi salah satu wisata favorit oleh wisatawan mengingat wisata arung jeram jarang dapat ditemui oleh wisatawan khususnya di Provinsi Riau. Pengunjung dapat membayar 100 ribu hingga 150 ribu untuk satu orang didalam satu boat yang disediakan.

Selain itu kawasan destinasi Rantau Langsat juga memiliki jenis

wisata kuliner didalamnya, kawasan rantau Langsat dapat menjadi tujuan favorit bagi pemburu buah durian saat musim panen berlangsung, dikarenakan pohon durian didalam kawasan destinasi Rantau Langsat sangatlah banyak tumbuh didalamnya sehingga pengunjung dapat dengan puas membeli atau memakan durian tersebut, pengunjung cukup membayar 100 ribu hingga 150 ribu untuk 20 buah durian yang tentunya dapat dinikmati saat berada disana.

Wisatawan yang ingin memasuki area wisata Rantau Langsat diharuskan membeli tiket yang disediakan oleh pengelola mulai dari 10 ribu saat hari biasa dan 15 ribu saat liburan diluar mengunjungi objek – objek tertentu seperti memasuki air terjun yang diharuskan membayar 10 ribu hingga 15 ribu saat musim liburan. Tiket tersebut dapat dibeli saat memasuki pintu gerbang awal kepada petugas layanan tiket. Didalam tiket dapat dilihat berbagai destinasi yang dapat dipilih pengunjung untuk melakukan wisata seperti mengunjungi areal air terjun, sungai susur dan sebagainya.

Dari observasi lapangan jumlah pengunjung semenjak dibuka tidak terdata keadministrasiannya dengan baik namun dapat dilihat dari penjualan tiket masuk. menurut pengelola semenjak diterapkannya aturan berbayar memasuki destinasi Wisata Rantau Langsat telah beberapa kali dicetak, awal tahun 2016 pihak pengelola mencetak tiket sebanyak 4 rim dan habis pada april 2017, kemudian cetakan kedua pihak pengelola mencetak tiket sebanyak 4 rim dan habis pada februari 2019 dan kemudian cetakan tiket ketiga

sebanyak 4 rim dan belum habis hingga sekarang. Dari keterangan tersebut terlihat mengalami penyusutan jumlah wisatawan setiap tahunnya.

Menurut Hendri yang telah peneliti wawancara sebelumnya yang mana ia mengatakan :

“Dalam satu rim berisikan 2000 lembar tiket masuk wisata. Dari keterangan tersebut terlihat awal tahun 2016 hingga april 2017 kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Rantau Langsat sebanyak 8000 pengunjung dan april 2017 hingga februari 2019 juga total pengunjung sebanyak 8000 pengunjung dan februari hingga sekarang belum mencapai 8000 pengunjung. Menurut pengelola tahun 2016 hingga 2018 memang kunjungan mengalami peningkatan yang cukup baik dikarenakan tahun 2016 dan 2017 Pemerintah Kabupaten Indragiri Hulu gencar mempromosikan Wisata Rantau Langsat dengan pengadaan Festival yang diikuti oleh Bupati Yopi Arianto langsung saat itu sehingga banyak wisatawan yang berkunjung, namun tahun 2018 dan 2019 festival tidak diadakan seperti sebelumnya yang menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan hingga sekarang. (Wawancara dengan Ketua Marketing Pokdarwis Rantau Salo, Hendri : 28 Mei 2021).

Sesuai dengan potensi yang dimiliki objek wisata yang berada di Desa Rantau Langsat tersebut maka penting bagi pemerintah untuk memikirkan bagaimana langkah selanjutnya agar objek wisata tersebut dapat menarik kunjungan wisatawan secara maksimal. Sehingga potensi yang dimiliki dapat

dinikmati oleh masyarakat daerah maupun masyarakat luar.

Berbagai kebijakan telah pemerintah daerah kabupaten Indragiri Hulu lakukan demi menarik kunjungan wisatawan ke Desa Rantau Langsat, Namun setelah dilakukan upaya tersebut, destinasi wisata Rantau Langsat menurut observasi yang peneliti di lapangan, masih belum begitu optimal dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Yang mana beberapa masyarakat khususnya masyarakat Indragiri Hulu masih banyak yang belum mengetahui tentang destinasi wisata Rantau Langsat hal ini penulis ambil dari wawancara Random di Lapangan, dari 20 orang yang peneliti lakukan wawancara 18 diantaranya belum mengetahui destinasi tersebut. untuk itulah diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar mampu menarik kunjungan wisatawan. Untuk itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian **“Bagaimana komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata dalam Menarik Pengunjung ke Destinasi Wisata Desa Rantau Langsat di Kecamatan Batang Gangsal Kabupaten Indragiri Hulu”**

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiono, penelitian kualitatif adalah penelitian yang mana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiyono, 2007 : 34).

Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu gambaran deskriptif mengenai strategi komunikasi yang dijalankan oleh pihak Dinas Pemuda dan Olahraga dan Pariwisata Indragiri Hulu untuk menarik minat wisatawan dalam berkunjung ke destinasi wisata Desa Rantau Langsat, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan data yang peneliti peroleh sebagai hasil suatu penelitian. Dengan menggunakan metode ini, maka peneliti akan mendapatkan data secara utuh dan dapat dideskripsikan dengan jelas sehingga hasil penelitian ini benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan yang terjadi.

Tinjauan Pustaka

Model Komunikasi

David Crystal dalam bukunya *A Dictionary of Linguistics Phonetics* kerap memodelkan komunikasi melalui definisi, komunikasi terjadi ketika informasi yang sama maksudnya dipahami oleh pengirim dan penerima. Sedangkan Edmondson dan Burquest mengatakan : Bahwa bahasa sebagai alat komunikasi berisi jenis-jenis kode yang dikomunikasikan melalui suatu proses encoding suatu konsep yang akan disandi balik melalui proses decoding (Liliweri, 2017 : 111).

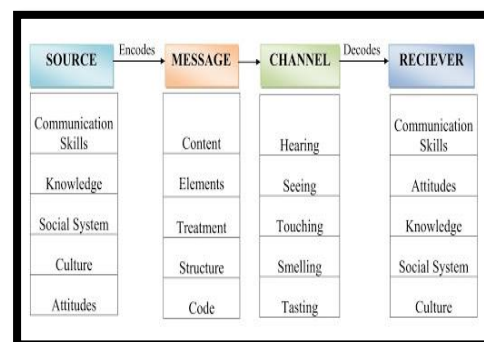
Teori Komunikasi *S-M-C-R* Berlo (1960) mengambil pendekatan yang berbeda untuk mengkonstruksi model. Ia menciptakan model yang ia sebut sebagai model dari isi komunikasi. Model ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mengontrol atas empat elemen

komunikasi yaitu: *Source/ sumber, Message / pesan, Channel* dan *Penerima* (Narula, 2006 : 53).

Model ini menjanjikan pertolongan dalam mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang digunakan dalam eksperimen. Dalam model komunikasi David K. Berlo (1960), diketahui bahwa komunikasi terdiri dari 4 Proses Utama yaitu *SMRC* (*Source, Message, Channel, dan Receiver*) lalu ditambah 3 Proses sekunder yaitu *Feedback, Efek, dan Lingkungan*.

Menurut model Berlo, sumber dan penerima dipengaruhi oleh faktor-faktor: keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya. Pesan dikembangkan berdasarkan elemen, struktur, isi, perlakuan, dan kode. Salurannya (*channel*) berhubungan dengan panca indera: melihat, mendengar, menyentuh, membaui, dan merasai (mencicipi). Model ini lebih bersifat organisasional dari pada mendeskripsikan proses karena tidak menjelaskan umpan balik (Narula, 2006 : 62).

Gambar Model Komunikasi Berlo



Sumber : Narula, 2006 : 67

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Middleton adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen

komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Rogers memberi batasan mengenai pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru (Cangara, 2014 : 13).

Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah ilmu yang telah lama menjadi perhatian utama baik dari aspek ekonomi, aspek politik, aspek administrasi kenegaraan, maupun aspek sosiologi. Hingga saat ini pariwisata belum ada kesepakatan secara akademis tentang makna dari arti kalimat pariwisata. Secara bahasa kata pariwisata bersal dari kata sansekerta dengan dua kata yang mengikutinya yaitu kata pari dan wisata. Pari secara bahasa bermakna “banyak” atau disebut dengan “keliling” sedangkan kata wisata bermakna “pergi” atau “berpergian” sehingga arti dari kata pariwisata adalah sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan sebanyak atau berkali kali dari suatu tempat ketempat lainnya (Yoeti, 1996 : 22).

Hasil dan Pembahasan

Strategi Dispora Menentukan Komunikator

Dispora Dalam menentukan Komunikator, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menjalankan beberapa Langkah sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi mengenai Wisata Rantau Langsat kepada

seluruh pegawai Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata

- b. Memberikan Informasi mengenai Wisata Rantau Langsat kepada Bujang Dara INHU agar dapat disampaikan saat event –event tertentu
- c. Memberikan pelatihan mengenai pengelolaan pariwisata dan menyaring anggota seleksi untuk menjadi perpanjangan tangan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam hal wisata Rantau Langsat yang nantinya ditunjuk menjadi Duta Wisata Khusus Destinasi Wisata Rantau Langsat
- d. Memberikan Informasi ataupun pesan kepada Pokdarwis mengenai cara penyampaian ataupun promosi kepada masyarakat dalam menarik kunjungan wisatawan

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata selain menjadi tanggung jawab seluruh pegawai Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai objek wisata Rantau Langsat, juga memiliki Komunikator khusus yang di tunjuk secara langsung dengan memperhatikan beberapa kriteria seperti berasal dari daerah destinasi Rantau Langsat yang memahami kondisi riil lapangan dan juga memahami kondisi khususnya destinasi yang akan dikunjungi oleh wisatawan serta mampu diterima oleh masyarakat sekitar kehadirannya mengingat di dalam destinasi Rantau Langsat terdapat kebudayaan Suku Talang Mamak dan Kebudayaan Melayu Tua yang tentunya kental akan adat dan tata

krama yang nantinya setiap bulan akan dievaluasi oleh Kepala Seksi Pemasaran dan Promosi Pariwisata Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu. Dan juga dalam menyampaikan informasi mengenai objek wisata Rantau Langsat juga menggandeng Bujang Dara Indragiri Hulu untuk menyampaikan informasi tersebut saat festival – festival kebudayaan berlangsung.

Strategi Dispora Menentukan Pesan

Dalam menjalankan strategi penentuan pesan ini Dinas Kepemudaan menjalankan beberapa langkah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan semua pesan yang akan disampaikan
- b. Merilis informasi mengenai objek unggulan dalam wisata Rantau Langsat
- c. Merilis pesan pesan persuasif yang kekinian
- d. Merilis pesan – pesan yang tidak terlalu menggunakan bahasa baku

Berdasarkan dari unggahan media sosial resmi destinasi Rantau Langsat yang dibawah kendali Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu melalui media sosial instagram ini menampilkan poster wisata apa saja yang terdapat didalamnya yang bersifat informatif dan persuasif kepada khalayak dengan dilengkapi kata kunci dan tagar. Sesuai dengan yang peneliti amati bahwa Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan teknik pesan dengan fokus kepada inti pokok pesan berupa penyampaian objek apa saja yang terdapat didalamnya serta

mengajak masyarakat untuk melakukan perjalanan ke destinasi Rantau Langsat. Yang artinya pesan disampaikan berisikan informatif dan persuasif.

Strategi Menentukan Media

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam strategi komunikasinya juga menggunakan media sebagai alat untuk menginformasikan pesan dalam meningkatkan kunjungan ke destinasi Rantau Langsat kepada khalayak atau masyarakat luas.

Dalam strategi pemilihan media ini, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

- a. Melakukan survei minat masyarakat menggunakan media apa yang paling banyak digunakan
- b. Melihat anggaran yang akan dikeluarkan
- c. Melihat penggunaan media sosial mana yang lebih efektif
- d. Melihat penggunaan android di masyarakat

Adapun media yang digunakan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu hanya menggunakan media Sosial Instagram dan Facebook serta media luarana seperti Spanduk dan baliho yang terpajang di perbatasan wilayah kecamatan Belilas dan Batang Gangsal.

Strategi Menentukan Khalayak

Memahami masyarakat baik itu kebudayaan, cara berfikirnya dan usia sangat penting untuk di kaji sebelum menyampaikan pesan, sebab semua aktifitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Merekalah

yang nantinya menentukan berhasil tidaknya suatu tujuan, sebab seberapa pun besar biaya dan waktu yang dikeluarkan untuk mempengaruhi mereka, namun jika mereka tidak tertarik maka harapan atau pesan yang disampaikan akan menjadi sia-sia (Cangara, 2014 : 136).

Dalam menjalankan strategi pemilihan khalayak ini, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menjalankan beberapa langkah sebagai berikut :

- a. Mengelompokkan Objek Wisata Rantau Langsat berdasarkan kriteria umur
- b. Menargetkan khalayak mana yang akan disasar
- c. Menentukan Khalayak yang cocok untuk disampaikan informasi mengenai destinasi Rantau Langsat

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menargetkan seluruh khalayak Provinsi Riau dan bahkan diharapkan mampu seluruh nasional khususnya Provinsi Jambi dan Sumatera Barat hal itu dapat dilihat dengan di ikut sertakannya salah satu destinasi di Rantau Langsat di ajang pemilihan pesona Indonesia kategori destinasi unik.

Pembahasan

Penetapan strategi dalam komunikasi tentu saja berlandaskan kepada elemen – elemen yang terdapat dari proses komunikasi, didalam model komunikasi linier yang di ungkapkan David Kenneth Berlo ia terkenal dengan istilah SMCR yaitu : *Source, Message, Chanel* dan *Receiver*. Karena itulah

strategi yang harus dijalankan harus diawali dengan menetapkan seorang komunikator, menyusun pesan yang akan disampaikan, menetapkan media yang digunakan, dan menetapkan target sasaran dari pesan yang akan disampaikan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan destinasi Rantau Langsat.

Langkah pertama yaitu dalam menyusun Strategi Komunikasi hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah memilih seorang komunikator untuk menyampaikan informasi yang diinginkan. Pada prinsipnya semua pegawai Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dapat kiranya menjadi komunikator dalam kegiatan yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu sesuai dengan tema yang disampaikan. Begitu juga mengenai kegiatan strategi komunikasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Rantau Langsat, Bidang yang dipilih untuk menjadi penanggung jawab komunikator dalam menyampaikan informasi adalah seksi pengembangan objek wisata dan seksi pemasaran dan promosi pariwisata dari Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu. Komunikator dalam menyampaikan informasi mengenai destinasi Rantau Langsat kepada khalayak yang ditentukan seluruh pegawai dari seksi pengembangan daya tarik objek pariwisata dan seksi pemasaran dan promosi pariwisata, namun Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata juga menetapkan secara khusus seorang komunikator yaitu

pemuda yang bernama Hendri yang berasal dari daerah desa Rantau Langsat yang tugasnya menyampaikan informasi mengenai destinasi Rantau Langsat, Objek yang ada didalamnya, paket-paket wisata, dan kesemua informasi-informasi yang berhubungan dengan destinasi wisata Rantau Langsat.

Langkah kedua adalah strategi pengolahan pesan yang akan disampaikan. Perencanaan pesan yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata Rantau Langsat adalah dengan teknik menyampaikan inti pokok permasalahan, menginformasikan objek – objek wisata yang terdapat didalam destinasi Rantau Langsat, waktu tempuh perjalanan, paket wisata di Rantau Langsat serta informasi-informasi pendukung lainnya. Pesan yang disampaikan juga bersifat persuasif artinya setiap pesan diharapkan dapat menyakinkan wisatawan untuk mengambil keputusan. Komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

Langkah ketiga adalah strategi menentukan media, Media merupakan sebuah alat bantu yang diperuntukkan untuk menyampaikan, menyebarkan, memberikan informasi atau pendapat agar apa yang ingin disampaikan kepada penerima sampai dan menghasilkan apa yang diharapkan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan media sosial Instagram dan Facebook. Media ini sangat baik digunakan

mengingat zaman teknologi yang hampir setiap orang memiliki ponsel smartphone serta memiliki salah satu akun media sosial tersebut. Melalui akun media sosial tersebut membagikan foto – foto destinasi, biaya dan berbagai macam informasi mengenai objek destinasi Rantau Langsat agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. penggunaan media sosial di era digital seperti ini memiliki pengaruh besar apabila dikelola dengan baik karena informasi dapat tersebar dengan cepat dan siapa saja dapat mengaksesnya. Media sosial dapat juga sebagai sarana untuk menghilangkan ruang antara pemerintah dan masyarakat.

Selain melalui media sosial Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu juga menggunakan media luaran seperti baliho dan spanduk yang dipasang di titik tertentu guna menunjang bagi pengendara jalan ataupun sebagai petunjuk serta sebagai media yang digunakan untuk berbagi informasi mengenai destinasi wisata Rantau Langsat. Media luaran ini di pasang di perbatasan antara Kecamatan Belilas dan Kecamatan Batang Gangsal.

Langkah keempat yaitu Strategi komunikasi didukung dengan adanya penentuan khalayak sasaran komunikasi yang matang. Melakukan analisis terhadap khalayak sasaran komunikasi tentunya akan mempermudah sebuah lembaga untuk menentukan siapa komunikator yang akan menyampaikan pesan yang informatif dan persuasif. Khalayak bisa berupa individu, kelompok ataupun publik tertentu atau umum.

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu dalam menentukan khalayak sasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan destinasi wisata Rantau Langsat adalah seluruh masyarakat Provinsi Riau hingga berharap dapat dikenal secara nasional. Tidak ada kriteria khusus dalam penentuan khalayak sasaran dalam meningkatkan kunjungan destinasi wisata Rantau Langsat ini.

Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu menyampaikan informasi mengenai destinasi Rantau Langsat kepada seluruh masyarakat yang berada di Provinsi Riau melalui event-event pemerintah kabupaten melalui bujang dara Kabupaten Indragiri Hulu dan menyampaikan informasi tersebut melalui media sosial instagram dan facebook. Dalam proses menyampaikan informasi tersebut Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu juga menggunakan cara yang lebih kreatif dengan ikut berbagai lomba kepariwisataan dengan mengikutsertakan pariwisata Rantau Langsat agar dapat dikenal baik didalam Provinsi Riau ataupun secara Nasional.

Berdasarkan uraian – uraian diatas, peneliti melihat bahwa disini Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu sudah mengimplementasikan proses model komunikasi yang diterapkan oleh Berlo yaitu menentukan Komunikator, Pesan, Media dan Khalayak. Namun beberapa indikator dari strategi media tidak terpenuhi seutuhnya.

Kesimpulan

Berikut kesimpulan dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu sebagai berikut :

1. Strategi Komunikator dalam kegiatan meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Rantau Langsat adalah menerapkan beberapa langkah sebelum menentukan komunikator, diantaranya : a) memberikan informasi mengenai destinasi Wisata Rantau langsung kepada seluruh pegawai Dispora, b) memberikan informasi mengenai destinasi wisata Rantau Langsat kepada Bujang Dara Inhu serta memberikan arahan bagaimana cara penyampaian dengan menggunakan pantun – pantun, c) Memberikan pelatihan mengenai pengelolaan pariwisata dan menyaring anggota seleksi untuk menjadi perpanjangan tangan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata dalam hal wisata Rantau Langsat. Adapun yang menjadi komunikator dalam strategi yang telah ditentukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata adalah seluruh pegawai pada seksi pengembangan objek wisata, seksi pemasaran dan promosi pariwisata, Bujang Dara Indragiri Hulu dan seorang putra daerah yang berasal dari Desa Rantau Langsat yang memiliki keterampilan, wawasan dan menguasai kondisi riil lapangan.
2. Strategi penyusunan pesan yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu yaitu dengan menyusun langkah –

langkah sebagai berikut diantaranya adalah : a) Menyusun Pesan yang akan disampaikan, b) Merilis informasi mengenai objek unggulan dalam wisata Rantau Langsat, c) menyusun pesan yang bersifat persuasif, d) Menyusun Pesan dengan tidak menggunakan kalimat baku. Adapun pesan yang disampaikan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata adalah dengan menyampaikan inti pokok pesan berupa penyampaian informasi mengenai objek wisata Rantau Langsat, Objek wisata unggulan didalamnya, biaya yang harus dikeluarkan, lokasi wisata serta informasi – informasi yang berkaitan dengan objek wisata tersebut. Pesan yang disampaikan bersifat informatif dan persuasif menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

3. Dalam strategi menentukan Media terlebih dahulu Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu mengambil beberapa langkah sebagai berikut, yaitu : a) melakukan survei terhadap masyarakat secara langsung media apa yang paling banyak diminati, b) mensingkrongkan anggaran yang akan digunakan, c) melihat keefektifan media sosial tersebut. Adapun Media yang digunakan dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu adalah media sosial Instagram dan Facebook dan media luaran seperti baliho dan spanduk. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan ataupun menyebar luaskan tentang destinasi wisata Rantau langsung kepada khalayak luas. Selain itu

media sosial instagram dan facebook juga digunakan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu sebagai media penampung aspirasi atau pendapat masyarakat.

4. Strategi Khalayak yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Indragiri Hulu terlebih dahulu melakukan beberapa langkah sebagai berikut, yaitu : a) Mengelompokkan Objek Wisata Rantau Langsat berdasarkan kriteria umur, b) Menargetkan khalayak mana yang akan disasar c) menentukan target utama dalam promosi apakah masyarakat Indragiri Hulu atau secara umum. Adapun target khalayak dari strategi yang dijalankan oleh Dinas kepemudaan Olahraga dan Pariwisata adalah seluruh masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu sedangkang dengan menggunakan sarana media khalayak sasarannya adalah masyarakat Provinsi Riau dan diharapkan dapat dikenal secara Nasional.

Daftar Pustaka

Buku

- Ardianto, E. (2009). *Public Relations Pendekatan Praktis untuk menjadi Komunikator. Orator, Presenter Dan Juru Kampanye Handal*, Bandung: Widya Padjadjaran.
- Arni, M. (2005). *Komunikasi organisasi. Jakarta: Bumi Aksara*.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata (tourism communication): Pemasaran dan brand destinasi. Jakarta: Prenadamedia Group*.
- David, F. R., David, F. R., & David,

- M. E. (2013). *Strategic management: Concepts and cases: A competitive advantage approach*. Pearson Upper Saddle River.
- Durrun Nafis, M. (2016). *Resort Alam Bukit Sekipan Tawangmangu*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Gregory, B. (2005). Public diplomacy and strategic communication: Cultures, firewalls, and imported norms. *American Political Science Association Conference on International Communication and Conflict*, 30.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi antar personal*. Prenada Media.
- Moleong, Lexi J, & Edisi, P. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Narula, U. (2006). *Communication models*. Atlantic Publishers & Dist.
- Sugiyono, M. P. P. (2007). *Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode penelitian pendidikan. Pendekatan Kuantitatif*.
- Suwantoro, G. (2004). *Di dalam bukunya Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- tentang Kepariwisata, U. U., & No, U. U. (10 C.E.). Tahun 2009. *Jakarta: Direktorat Jenderal Hukum Dan HAM*.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pemasaran pariwisata*.

Jurnal Situs Online

Irham.co.id
Indonesia.go.id
BPS.co.id
Riaumandiri.com
Tribunpekanbaru.com
UUD tentang Kepariwisata, U. U., & No, U. U. (10 C.E.). Tahun 2009. *Jakarta: Direktorat Jenderal Hukum Dan HAM*.