

**PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI AIR TERJUN AEK MARTUA OLEH DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN ROKAN HULU PADA MASA COVID-
19**

Hujaimah Daulay, Mussadad S.S M.Sc
hujaimahdaulay02@gmail.com, musadad@lectuler.unri.ac.id
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi
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

This study aims to determine the tourism promotion strategy that has been implemented by the Department of Tourism and Culture of Rokan Hulu Regency to determine the inhibiting factors of the promotional activities carried out. The research method used is descriptive qualitative. The main informant of the research is the Head of Marketing at the Rokan Hulu Regency Tourism Office. Supporting informants are the Destinations Division of the Tourism and Culture Office of Rokan Hulu Regency. Data collection was carried out by direct observation, interviews and documentation. Data analysis was carried out through the stages of data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of this study concluded that the tourism promotion mix has been implemented by the Department of Tourism and Culture of Rokan Hulu Regency, namely advertising (Advertising), sales promotion, and public relations. In addition, the inhibiting factor for promotion is the local community who does not want to cooperate with the Tourism and Culture Office of Rokan Hulu Regency, accommodation such as roads that are still very limited and cannot be passed by cars, management and human resources are still lacking causing the Department of Tourism and Culture to find it difficult to carry out promotional activities.

Keywords: promotion mix, promotion strategy, tourism

LATAR BELAKANG

Memiliki peluang promosi dalam perkembangan pariwisata. Dengan keanekaragaman budaya dan sejarah bangsa Indonesia memiliki potensi besar pada pelaksanaan yang dapat dimanfaatkan untuk menarik kunjungan wisatawan. Berbagai cara dapat dilakukan untuk mempromosikan sebuah objek wisata di dunia yang modern ini, salah satu cara promosi dengan memberi tahu objek wisata tersebut. Jika pelaksanaan promosi wisata dapat dikembangkan dengan baik maka akan sangat berguna bagi masyarakat lokal karena hampir diseluruh daerah yang ada di Indonesia ini memiliki objek wisata yang unik di daerahnya masing-masing. Tidak hanya itu, dengan berkembangnya objek wisata disuatu daerah maka berpotensi untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Pemerintah sekarang ini sedang mengutamakan pembangunan pada bidang pariwisata yaitu dengan mewujudkan defisa yang tinggi untuk negara di samping sektor migas. Saat ini Indonesia sedang berupaya untuk mempromosikan pariwisata Indonesia sampai ke mancanegara tentang budaya yang sangat kaya serta keindahan- keindahan alam di Indonesia.

Potensi wisata yang belum dikembangkan menjadi tantangan untuk pemerintah untuk mengembangkan daerah tujuan wisata karena kemampuan masyarakat yang masih terbatas dalam mengembangkan potensi atau kemampuan wisata agar menjadi destinasi *Community Base Development* yang artinya pendekatan pemberdayaan masyarakat yang mempunyai tujuan untuk menambah daya tampung masyarakat supaya mampu menemukan secara mandiri, kebutuhan wisata dan potensi wisata, mengidentifikasi masalah serta marketing dalam memperkenalkan destinasi wisata untuk menarik hati wisatawan untuk berkunjung.

Nama objek wisata Aek Martua di ambil dari bahasa daerah salah satu suku yang ada di Riau, yaitu suku Batak Mandailing yang berarti air bertua. Air terjun ini memiliki keunikan dan keistimewaan yaitu memiliki tiga tingkat. Tiap tingkat memiliki ukuran yang berbeda dan ketinggian yang berbeda beda, ketinggiannya berkisar 15 meter sampai dengan 40 meter. Dengan keunikan tersebut

maka air terjun Aek Martua ini juga di juluki Air Terjun Tangga Seribu. Di Air terjun tingkatan pertama wisatawan dapat bermain dan berenang dengan karena memiliki keseimbangan batu yang cukup luas, sedangkan air terjun kedua memiliki kolam 250 meter untuk mandi. Air terjun ketiga memiliki ketinggian 40 meter.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi Air Terjun Aek Martua oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan promosi Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu.

BATASAN PENELITIAN

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka batasan penelitian yaitu hanya membahas mengenai strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu pada air terjun Aek Martua yang meliputi Advertising, personal selling, sales promotion dan public relation dalam berupaya menambah jumlah pengunjung ke air Terjun Aek Martua.

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian dilakukan penulis yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi objek wisata air terjun Aek Martua di Kabupaten Rokan Hulu
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung promosi Objek Wisata Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu.

MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini meliputi:

1. Bagi penulis berguna dalam menambah wawasan mengenai promosi yang telah di pelajari selama masa pembelajaran
2. Untuk bahan masukan kepada pemerintah di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu
3. Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi

Pengertian promosi

Promosi adalah suatu iklan yang di lakukan untuk memperkenalkan suatu barang atau produk yang ingin di perlihatkan untuk orang ramai dengan tujuan agar masyarakat mengetahui barang atau produk tersebut. Promosi juga bisa di lakukan dengan berbagai cara untuk menghasilkan penjualan, loyalitas.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Salah satu cara yang menjujung keberhasilan penjualan adalah promosi, promosi di gunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu pruduk perusahaan lebih meningkat. Promosi juga di gunakan perusahaan untuk menginformasikan manfaat dari siatu produk.

Menurut Hermawan (2012:38) promosi adalah salah satu cara komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa peruhaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

Dari kedua defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan hal yang penting dalam memasarkan satu produk sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu di rancang semenarik mungkin dan informasi yang di sampaikan dapat di mengerti dengan mudah oleh masyarakat.

Promosi ialah suatu upaya yang dilakukan untuk menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan sehingga produk menjadi lebih menarik. Kata

kunci dari sebuah upaya promosi pariwisata ialah produk pariwisata yang selalu dikemas dengan model yang dapat menjadi daya tarik bagi turis, sehingga tertarik untuk membeli (Marpaung, 2002: 103), sedangkan pariwisata bukanlah produk alami (natural product), tetapi dikembangkan, diatur dan dikelola oleh orang dan organisasi dengan berbagai kepentingan yang ada di dalamnya. Orang dengan berbagai kepentingannya menjadi faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya sebuah promosi pariwisata. Tindakan seorang pelaku kegiatan promosi pariwisata akan selalu berada dalam jalur kepentingannya.

Kesimpulannya adalah tujuan dari promosi ialah untuk mengingatkan, memberitahu dan membujuk konsumen untuk membeli suatu produk yang di tawarkan. Kegiatan itu bertujuan agar konsumen dan produsen melakukan komunikasi untuk pembelian barang atau jasa.

Target promosi penjualan adalah suatu promosi yang bertujuan untuk melakukan promosi agar target yang di tetapkan oleh perusahaan dapat targettarget yang di tentukan oleh perusahaan dengan batas waktu yang telah di tentukan.

Bauran promosi Mix

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:111), adalah salah satu variabel marketing mix untuk digunakan oleh perusahaan yang mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi sering dikatakan sebagai “proses berlanjut” karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu promosi dipandang sebagai: arus informasi atau persuasi satu – arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) promotion mix atau bauran promosi adalah campuran strategi yang baik dari unsur-unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Unsur-unsur tersebut merupakan alat dari komunikator pemasaran perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan. Lima unsur membentuk komunikasi pemasaran di sebut bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi, karena merupakan peralatan dari promosi.

Adapun alat-alat komunikasi perusahaan yaitu:

1. **Periklanan (*Advertising*)**

Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti:

- a) Pemasangan billboard di jalan, tempat atau lokasi yang strategis
- b) Pemasangan spanduk atau umbul-umbul di jalan, tempat atau lokasi yang strategis.
- c) Pencetakan brosur untuk ditempel atau disebar di setiap cabang, pusat perbelanjaan, atau di berbagai tempat yang dianggap strategis
- d) Pemasangan iklan melalui media elektronik, seperti televisi, radio, internet, film atau lainnya.

2. **Promosi Penjualan** Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang berbeda-beda, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian yang lebih cepat dan atau lebih besar dari suatu produk/ jasa tertentu oleh konsumen atau pelanggan tersebut.

3. **Hubungan Masyarakat** Hubungan masyarakat (*public relations – PR*) adalah kiat pemasaran lainnya. Perusahaan tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur, tetapi ia juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang besar.

4. **Penjualan Perorangan** peronal seling langsung atau secara bertatap muka dengan penjual dan calon konsumen, agar calon konsumen mengetahui barang apa yang di tawarkan oleh perusahaan dan mau membeli barang tersebut.

Pelaksanaan Promosi

Pengertian Pelaksanan Promosi

Pelaksanaan promosi adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan promosi yang bertujuan untuk melaksanakan promosidengan target dan dan strategi promosi yang di lakukan. Pelaksanaan promosi biasanya di lakukan jauh-jauh hari dari sebelumnya di lakukannya promosi. Pelaksanaan promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi, memposisikan produk, menambah nilai tambah produk, dan mengendalikan

volume penjualan.

Tahapan pelaksanaan promosi

Kegiatan promosi penjualan juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk menjangkau masyarakat luas, variasi dari bentuk promosi penjualan sering dilakukan oleh perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan target yang akan di capai
- b. Menciptakan dan merumuskan (*promotion massage*)
- c. Menyediakan (*promotion buget*)
- d. Pilihlah dan menyeleksi komunikasi *channel* dan, mass media yang akan di pakai
- e. Membuat sebuah program pelaksanaan promosi yang akan di laksanakan.

Objek Wisata

Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa:

“segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan wisatawan daerah yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata”.

Pengembangan kepariwisataan haruslah memiliki tiga aspek penting produk pariwisata, yaitu:

Atraksi

Merupakan pusat dari industri pariwisata. Maksudnya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah :

- a) Keindahan alam.
- b) Iklim dan cuaca.
- c) Kebudayaan.

Amenitas

Merupakan berbagai fasilitas penunjang para wisatawan untuk berwisata ke suatu daerah tujuan wisata dengan kenyamanan dan kepuasan tersendiri. Hal tersebut antara lain lain akomodasi yang nyaman, restoran, bar,

layanan informasi, pramuwisata, sikap masyarakat setempat, keamanan dan lainlain.

Aksesibilitas

Berhubungan dengan segala jenis transportasi, jarak atau kemudahan pencapaian suatu objek wisata. Serta unsur pendukung lainnya (pelaku industri pariwisata, masyarakat dan institusi pengembangan) yang membentuk sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan wisatawan.

Jenis - jenis wisata

Menurut Ismayanti dalam Pranata (2012:10) jenis wisata dibagi menjadi beberapa jenis yakni sebagai berikut:

Wisata Kuliner, Wisata Olahraga, Wisata komersial, Wisata bahari Wisata industry, Wisata Bulan Madu, wisata cagar alam,

Kwalitas pelayanan protokol kesehatan

Menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:111),

mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

1. **Bukti langsung (Tangible)**, yaitu berupa penampilan fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas restoran, desain restoran, dan kerapian penampilan karyawan.
2. **Keandalan (Reliability)**, yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa restoran, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.
3. **Daya tanggap (Responsiveness)**, yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah restoran, bisa

dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan mereka.

4. **Jaminan (Assurance)**, yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa restoran, kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.
5. **Kepedulian/ empati (Empathy)**, yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam membahas masalah untuk di angkat. Menurut Sugiono (2019:18) Metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositifme, di gunakan untuk meneliti pada kondisi obyek ilmiah, kata lainnya adalah eksperimen) Jadi peneliti adalah instument unci, teknik pengumpulan data di lakukan secara gabungan. Analisis data bersifat kualitatif/induktif. Hasil penelihan kualitatif lebih menekankan makna dari generasi. Maka dapat di simpulkan bahwa metode kualitatif adalah metode untuk mengumpulkan data dengan deksriftif dengan kata atau kalimat dan bahasa yang di gunakan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

lokasi penelitian ini di lakukan di Kabupaten Rokan Hulu Kecamatan Bangun Purba, Dusun Huta Padang. Dan waktu yabg di perlukan untuk menyelesaikan penelitian ini pada bulan Juli sampai bulan Desember 2021.

Subjek penelitian

yang di maksud subyek penelitian adalah orang tempat, atau benda yang di amati dalam rangka pembuatan sebagai

tujuan yang akan di amati (Kamus besar Bahasa Indonesia 1989: 862) .

Adapun subyek penelitian ini adalah bidang pemasaran di Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu.

Jenis Data dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua jenis data dalam penelitian ini untuk mendukung dasar-dasar penelitian yaitu :

1. Data primer

Data Primer adalah sebuah data yang di dapat langsung dari sumbernya dan diberikan ke peneliti, menurut Sugiono (2016). Ada pula penelitian Data primer menurut Sugioni (2016) yaitu :

Wawancara bertujuan agar peneliti dapat melakukan penelitian langsung dan bertanya dengan yang bersangkutan dan untuk mendapat informasi yang di inginkan.

Survei adalah suatu kegiatan langsung turun kelapangan dan melihat secara langsung bertujuan agar peneliti dapat memahami secara langsung apa yang ingin di teliti.

Kuesioner adalah suatu instrument penelituab yang di lakukan dengan rangkaian pertanyaan dengan bertujuan mengumpulkan dari responden.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang didapat secara tidak langsung dari objek wisata penelitian tersebut dan yang bersifat publik, yang terdiri atas beberapa : struktur organisasi, dokumen, data kearsipan, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan sebuah penelitian (Purhantara,2010). Peneliti menggunakan data sekunder ini diperoleh untuk memperkuat penelitian dan juga untuk melengkapi informasi yang telah diperoleh melalui wawancara secara langsung. Data sekunder yang digunakan pada saat penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari pengelola objek wisata Desa Wisata Ekang.

Teknik Pengumpulan Data

wawancara

Dalam penelitian ini wawancara menggunakan metode wawancara untuk menggali data maupun informasi-informasi sebanyak-banyaknya dari responden yaitu data-data tentang peran Bidang Pemasaran Dinas

Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu dan juga mengenai data pengunjung dengan Bidang Destinasi dan juga Pengelola Destinasi yang bertujuan agar mendapatkan informasi yang terkait.

observasi

Observasi di lakukan oleh peneliti dengan cara meneliti kegiatan kegiatan promosi apa saja yang di dilaksanakan oleh Dinas Kabupaten Rokan Hulu. Tujuan dari pengamatan ini ialah untuk mengetahui kelengkapan media untuk mempromosikan objek wisata serta bagaimana kinerja pegawai dan bagaimana kondisi objek wisata saat ini.

Dokumentasi

Adapun bentuk dokumntasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu seperti gambar-gambar yang berkaitan tentang yang di teliti bertujuan agar dapat memaksimalkan hasil penelitian yang di lakukan.

Dokumentasi yang di lakukan untuk mendukung penelitian yang berhubungan dengan subyek dan objek penelitian melalui dokumen-dokumen yang di catat, berkas-berkas dari pihak berhubungan pada penelitian yang di lakukan oleh peneliti. Stuktur organisasi Dan data pengunjung lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Analisi Data

Teknik yang di gunakan untuk menggunakan metode kualitatif yang menghubungkan fakta, informasi, data yang telah di peroleh sesuai kemampuan nalar peneliti. Jadi, yang di lakukan di dalam penelitian ini yang menghasilkan teknik analisis data dengan melampirkan hasil observasi , wawancara dan melaksanakan analisis dari masalah yang akan ditemui dari lapangan.

Reduksi Data (Data reduction)

Pengelolaan data – data analisis, dan menyeleksi mencakup data yang spesifik dari catatan yang tertulis di lapangan.

Penyajian data

kemungkinan dapat mengambil sebuah tindakan dan di tariknya sebuah kesimpulan. Yang biasanya di gunakan pada data kualitatif terdahulu yaitu dalam bentuk teks naratif.

penarikan kesimpulan atau *varifikasi*

vertifikasi di lakukan oleh peneliti yaitu

dengan memeriksa kembali reduksi data yang di gunakan untuk mengambil kesimpulan tidak menyimpang. Kesimpulan yang telah terkumpul akan di ungkapkan di dalam penelitian ini. Dari semua data yang lemah, menyimpang, mengubur, data yang tidak sesuai sehingga data tersebut harus di sertifikasi.

Faktor Pendukung

Faktor Pendukung adalah semua faktor yang sifatnya turut mendorong, menyokong, melancarkan, menunjang, membantu, mempercepat dan sebagainya terjadinya sesuatu.

Faktor Penghambat

Menurut Oemar (1992:72) Hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi, merintinagi, menghambat yang ditemui manusia atau individu dalam kehidupan sehari-sehari yang datangnya silih berganti, sehingga menimbulkan harapan bagi individu yang menjalaninya untuk mencapai sebuah tujuan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum Objek Wisata Air Terjun Aek Martua

Air Terjun Aek Martua Merupakan air terjun yang terletak di Dusun Huta Padang, Kecamatan Bangun purba, Kabupaten Rokan Hulu. Air terjun ini merupakan salah satu air terjun yang sangat alami di Kabupaten Rokan Hulu. Air terjun ini mempunyai keunikan yang berbeda dari objek wisata yang lain air terjun ini memiliki pemandangan yang sangat alami, di sekitaran air terjun wisatawan dapat melihat pemandangan bukit barisan yang memngelilingi kawasan air terjun.

Air terjun ini di sebut juga air terjun seribu tangga karena banyaknya tangga menuju ke objek wisata air terjun Aek Maertua. Air terjun ini memiliki keuniikan yaitu air terjunnya tidak hanya satu tingkatan tapi ada tiga tingkatan yang memiliki tinggi yang berfariasi dan juga mempunyai tinggi yang berbeda di setiap puncaknya sekitar 15 sampai 40 meter, dan juga mempunyai lebar kolam sekitar 250 meter untuk mandi. Air terjun ini merupakan air yang bersumber dari bukit simalombu, yakni masih dalam rangkaian bukit barisan.

Asal usul nama Aek Martua ini

berasal dari bahasa daerah atau suku yang berasal dari salah satu suku yang ada di Kabupaten Rokan Huku yaitu suku Mandailing. Air terjun aek martua yaitu artinya air yang bertuah. Suku yang mendominasi di sekitaran objek wisata air terjun ini adalah suku Mandailing walaupun pada dasarnya Kabupaten Rokan Hulu memiliki suku yang beragam seperti suku Melayu, suku Jawa, Suku Batak, Suku Mandailing dan lainnya.

Gambaran umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu

Kabupaten Rokan Hulu merupakan pemekaran dari kabupaten kampar pada 12 oktober 1999. Seiring terbentuknya kabupaten Rokan Hulu dengan ibu kota pasir pangaraian dan terbentuknya SKPD lainnya maka terbentuklah Dinas Pariwisata, seni, dan Budaya Kabupaten Rokan Hulu pada tahun 2002. Yang awal mula di pimpin oleh bapak Drs. H. Mewahiddin. Beliau menjabat sebagai kepala dan masa jabatan beliau sampai tahun 2004.

Setelah masa jabatan bapak Drs. H. Mewahiddin maka jabatan selanjutnya di kepala oleh H. Oyong Ezeddin, SE, pada tahun 2004-2005. Setelah itu laanjut di kepalai oleh ibu Hj. Yusrina SH. Pada masa jabatan hanya satu tahun yaitu pada tahun 2005-2006. Pada tahun 2006-2007 kepala dinas pariwisata di pimpin oleh Sumardi SS. Pada tahun 2007-2008 telah di resmikan dan telah pindah ke komplek perkantoran kabupaten Rokan Hulu dan nama instansi telah berubah menjadi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Tugas dan fungsi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Rokan Hulu Nomor 4 tahun 2011 tentang Organisasi Perangkat Daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdiri dari susunan organisasi serta tugas pokok dan fungsi sebagai berikut:

a. Kepala Dinas

Kepala Dinas mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Perhubungan berdasarkan kewenangan, asas otonomi dan tugas pembantuan, perumusan kebijakan teknis, penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum, pembinaan

pelaksanaan tugas berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Sekretaris

Sekretaris ditinjau dari etimologinya adalah secretum yang berarti rahasia. Menurut M.G. Hartini Hendarto dan F.X. Tulusharyono, M.M, (2003:4), sekretaris adalah orang yang membantu seseorang, yaitu pimpinan dalam melaksanakan tugas perkantoran yang timbul dari tugasnya sebagai pimpinan. Menurut Saiman (2002:24), sekretaris adalah seorang yang mempunyai tugas yang sangat berkaitan dengan kegiatan tulis-menulis atau catat mencatat dari suatu kegiatan perkantoran perusahaan. Menurut Alvina Treut Burvows CS, bahwa sekretaris adalah orang yang bekerja dalam menulis surat dan mengarsipkan surat untuk orang lain, perusahaan dll.

c. Kepala Bidang Kebudayaan dan Seni

Bidang Pembinaan Kebudayaan mempunyai tugas perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan, pengendalian, pengoordinasian dan pengelolaan kegiatan budaya, kesenian, sejarah dan cagar budaya. Untuk melaksanakan tugas pokok Kepala Bidang Pembinaan Kebudayaan mempunyai fungsi:

- 1) Mengawasi kegiatan dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan bidangnya.
- 2) Memberi tugas kepada kepala seksi yang menjadi tanggung jawabnya yaitu kepala seksi kebudayaan dan seni, sejarah dan purbakala.

d. Kepala Bidang Pariwisata

- 1) Memberikan tanggung jawab kepada kepala seksi yang ada dibagiangnya.
- 2) Mengecek pekerjaan serta proyek-proyek yang telah di

rencanakan untuk objek wisata.

- 3) Pengontrolan tempat objek-objek wisata
- 4) Bertanggung jawab terhadap kepala seksi bagiannya.
- 5) Pembuatan data-data objek wisata dan akomodasi yang ada di Rokan Hulu.
- 6) Pembuatan persyaratan serta pengecekan bagi masyarakat yang akan menaftarkan usahanya agar terdaftar di dinas kebudayaan dan pariwisata.

e. Kelompok Jabatan Fungsional

- 1) Bertugas mengurus semua administrasi kantor baik itu berupa pencairan dana, pengesahan, pegawai yang berdinis luar dan dalam.
- 2) Mengurus segala keperluan kantor sebelum di cairkannya dana untuk keperluan operasional kantor.

f. Unit Pelaksanaan Teknis Dinas (UPTD)

- 1) Membantu segala persiapan kegiatan yang akan di laksanakan dikantor, baik saat pelaksanaan dan sebelumnya dan sesudah pelaksanaan.
- 2) Membantu segala bidang yang bersangkutan yang membutuhkan tenaga lebih dalam persiapan kegiatan suatu bidang.

g. Sekretariat terdiri dari :

- 1) Sub Bagian Administrasi dan Kepegawaian
- 2) Sub Bagian Keuangan dan Perlengkapan
- 3) Sub Bagian Perencanaan, dan Pelaporan

h. Bidang Kebudayaan dan Seni Tediri dari :

- 1) Kepala Seksi Kebudayaan
 - a) Mengawasi staff serta memberikan tugas bawahan.
 - b) Mengontrol kegiatan yang telah diberikan kepada bawahannya.

- c) Membuat persiapan untuk dekorasi-dekorasi acara pemerintahan.
- d) Membuat laporan kegiatan yang telah dilaksanakan.
- e) Membuat laporan rincian biaya yang telah dikeluarkan untuk dekorasi-dekorasi acara pemerintahan serta bahan dan alat-alat yang dipakai.
- f) Membuat laporan daftar perlengkapan untuk pendukung operasional pekerjaan dalam dekorasi acara.

. Seksi Seni, Sejarah dan Purbakala

- 1) Mengawasi bawahannya serta mengontrol tugas yang telah diberikan.
- 2) Melakukan persiapan anggota musiknya yang akan mengisi acara.

Melakukan pengecekan terhadap peralatan yang ada di bidangnya baik berupa kelengkapan pakaian adat dan pakaian lainnya beserta propertinya

Bidang Pariwisata Terdiri dari :

Seksi Promosi :

- a) Mempromosikan objek-objek yang telah dikembangkan.
- b) Mempromosikan objek wisata yang ada di daerah kabupaten Rokan Hulu
- c) Membuat plakat atau buket yang menjelaskan tentang wisata yang ada di Rokan Hulu.

Seksi Pengembang

- 1) Bertugas membuat laporan untuk pengajuan pengembangan objek wisata yang ada.
- 2) Mengembangkan objek wisata yang ada dengan menonjolkan kelebihan yang dimiliki.
- 3) Mengawasi dan mengontrol staff bagiannya.
- 4) Penambahan fasilitas pada objek-objek wisata yang ada untuk lebih baik dan guna untuk memancing wisatawan agar lebih banyak berkunjung dengan penambahan fasilitas pada objek wisata yang ada.

Struktur organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu

Dalam sebuah organisasi atau pun

dalam perusahaan struktur organisasi sangat berpengaruh dalam kelembagaan bertujuan untuk gambaran pertanggung jawaban kerjaan dan hubungan setiap bagian yang ada di dalam sebuah organisasi. Struktur akan memperjelas tanggung jawab dan wewenang di setiap divisi. Struktur diawali dengan atasan sampai yang paling bawah yang bertujuan mengetahui pangkat atau kedudukan.

Pelaksanaan Bauran Promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mempromosikan Air Terjun Aek Martua

Peneliti telah melakukan wawancara dengan Kepala Dinas, kepala bagian destinasi, dan kepala bagian Pemasaran di Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Rokan Hulu serta peneliti juga mewawancarai kepala desa atau pengelola Air Terjun Aek Martua.

Berikut ini adalah wawancara peneliti dengan para Informan Penelitian terkait mengenai data kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air terjun aek martua.

"data kunjungan Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu pada setiap tahunnya mempunyai kendala yang terkadang naik dan turun nya wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Aek Martua ini dikarenakan akses jalan yang sebenarnya masih sangat terbatas. Untuk menuju ke objek wisata air terjun ini belum bisa di kendarain oleh transportasi yang beroda 6 atau pun bus belum bisa masuk dan sampai ke air terjun. Tapi pengunjung tidak perlu khawatir jika wisatawan kebetulan ada yang berkunjung menaiki bus atau mobil wisatawan bisa naik ojek yang ada di setempat. Karena penduduk lokal pun sangat antusias akan datangnya wisatawan yang datang berkunjung. " (wawancara dengan bapak Yunaidi S.Sos kepala bidang destinasi pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu,, 8 november 2021)

Penjelasan dari hasil wawancara tersebut ialah setiap tahunnya wisatawan yang datang ke Air Terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu berkunjung mengalami naik dan turunnya wisatawan di sebabkan karena akses yang masih belum memadai dan juga karena efek jalannya yang masih sangat sulit di lalui.

Advertising (Iklan)

Upaya pelaksanaan promosi di lakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Rokan Hulu untuk menarik

wisatawan berkunjung ke objek wisata air terjun Aek Martua pengertian dari Advertiserthing.

Berikut ini adalah wawancara penelitian dengan para informan penelitian terkait mengenai pelaksanaan promosi melalui Advertiserthing

“Periklanan di dalam era media sudah sangat efektif yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata dan media adalah langkah awal untuk melakukan promosi dalam era global seperti sekarang ini. Karena media adalah iklan yang paling tepat untuk memberi informasi dan sangat terjangkau oleh masyarakat. Sebab itulah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu melakukan promosi agar wisatawan dapat berkunjung ke objek wisata Air terjun Aek Martua yang ada di kabupaten Rokan Hulu.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Kesimpulan dari wawancara di atas adalah bahwa adverting adalah salah satu promosi yang sangat unggul dari beberapa promosi lainnya. Karena strategi ini dapat menimbulkan pengetahuan wisatawan yang datang ke objek wisata air terjun Aek Martua ini. Iklan juga memiliki keunggulan untuk menggambarkan objek yang ada di air terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu.

Media Cetak

Di bawah ini adalah hasil wawancara dengan informan terkait mengenai media cetak di kabupaten Rokan Hulu.

“Untuk promosi melalui media cetak sudah efisien dan di lakukan dengan baik dengan menerbitkan hasil berita di koran yang telah di terbitkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu seperti booklet, baliho, spanduk dan koran. Untuk brosur biasanya di bagikan pada saat adanya kegiatan pameran yang di ikuti oleh dinas pariwisata Kabupaten Rokan Hulu, sehingga masyarakat luar dapat mengetahui salah satu objek unggulan dari kabupaten rokan hulu. “(wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Dapat di simpulkan bahwasanya media cetak juga salah satu strategi yang di lakukan oleh dinas pariwisata kabupaten rokan hulu dengan mencetak baliho, booklet atau media koran untuk membantu para wisatawan mengetahui objek wisata unggul yang ada di kabupaten rokan hulu dan sudah di lakukan dengan efisien

Media elektronik

Pada eraglobal ini strategi yang paling penting dalam promosi ialah menggunakan media elektronik. Sebab perkembangan zaman yang semakin maju dan berkembang kegiatan promosi dapat menggunakan media seperti televisi dan Radio. Sehingga para calon wisatawan bisa melihat dan membaca di mana pun dan kapan pun tanpa mengenal waktu. Sehingga para calon wisatawan dapat mencari informasi mengenai informasi objek wisata apa saja yang ada di Kabupaten Rokan Hulu.

Internet Marketing

Menurut Mohammed (2003:82) internet marketing sebagai proses dalam membangun dan mempertahankan customer relationship melalui aktivitas online yang merupakan pertukaran ide, produk, jasa yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Adapun yang sering di lakukan oleh Bidang pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hulu adalah website.

Berikut adalah hasil wawancara mengenai pelaksanaan promosi melalui website.

“Kegiatan promosi di lakukan melalui website resmi oleh dinas pariwisata kabupaten rokan hulu dalam melakukan strategi pemasaran dengan nama website resmi dinas pariwisata kabupaten rokan hulu. Para calon wisatawan dalam mendapatkan informasi mengenai semua objek wisata yang ada di kabupaten rokan hulu. Baik itu objek wisata religi, alam, maupun buatan manusia.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang pemasaran Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa website yang ada di kabupaten rokan hulu sudah ada. Dengan berkembangnya

zaman yang sangat canggih dan juga efisien website sangat berpengaruh penting karena bersifat universal dan semua orang dapat mengakses semua objek wisata yang ada di Kabupaten Rokan Hulu.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian terkait mengenai siapa saja terkait dalam proses pelaksanaan promosi melalui internet marketing objek wisata air terjun aek martua.

“Dalam strategi pelaksanaan yang dilakukan melalui media itu tidak hanya di tujukan ataupun tidak hanya di beratkan oleh satu titik saja semua pihak dapat membantu proses iklan yang dilakukan di media sosial baik masyarakat setempat, wisatawan yang datang tetapi yang memiliki kewajiban adalah dinas pariwisata kabupaten rokan hulu.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang pemasaran Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Kesimpulannya adalah semua orang dapat membantu proses pemberitahuan melalui media sosial. Karena media sosial dapat di jangkau oleh siapapun dan dalam kalangan apapun.

Sales Promotion

Sales promosi ialah penawaran khusus dalam jangka pendek yang dilakukan untuk menarik para calon wisatawan ke Air Terjun Aek Martua Di kabupaten Rokan Hulu. Di objek wisata kabupaten Rokan Hulu tidak memiliki promosi di hari hari besar. Harga yang ditawarkan harus sama agar tidak ada ke salah pahaman antara wisatawan yang datang dihari besar maupun dihari biasa hasil dari wawancara penulis dengan informan terkait. Namun untuk sales promosi yang dilakukan oleh pengelola dengan adanya promo diskon uang keamanan.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian terkait mengapa dinas pariwisata menggunakan sales promotions sebagai alat promosi.

“sales promosi juga sangat mempengaruhi dalam melakukan

promosi dengan adanya promo di hari biasa dengan adanya diskon uang keamanan yang dilakukan oleh pengelola” *(wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang pemasaran Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)*

Berdasarkan hasil wawancara penelitian terkait apakah kendala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menggunakan sales promotion sebagai alat promosi

Public Relations (PR)

pelaksanaan promosi melalui public relation ialah yang berhubungan dengan masyarakat sebab segala sesuatu objek wisata tidak terlepas dari kepedulian dari masyarakat yang terkait. Masyarakat dapat juga dapat juga menyumbangkan ide, barang dan jasa yang dilakukan oleh organisasi maupun individu.

Berikut ini wawancara dengan para informan mengenai pelaksanaan promosi objek wisata air terjun aek martua melalui public relation.

“Untuk pelaksanaan promosi melalui public relation sebagian sudah di jalankan . Namun ada juga yang masih dalam proses dan tidak terlaksanajan dengan baik.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Jadi hasil wawancara di atas bisa di katakan bahwa pelaksanaan

Pameran

pameran ialah sebuah pertunjukan yang bertujuan untuk memperkenalkan sebuah objek yang dilakukan oleh objek wisata kabupaten rokan hulu. Yang bertujuan untuk menambah wawasan pengunjung dan menambah angka kunjunganyang datang ke objek wisata di kabupaten rokan hulu.

Di bawah ini adalah wawancara dari penulis mengenai

kapan pameran akan di laksanakan.
“Untuk pameran tidak dilakukan terlalu sering do lakukan. Pameran biasanya di adakan pada saat ivend yang ada atau sekitar satu atau dua tahun. Dan biasanya pameran ini bukan hanya bertujuan untuk mempromosikan air terjun aek martua saja. Tapi semua objek wisata yang ada di kabupaten rokan hulu. Itu sebabnya di laksanakan hanya satu atau dua tahun sekali.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Hubungan Kerjasama

Berikut ini adalah hasil wawancara oleh penulis dengan informan penelitian terkait mengenai apakah ada kerjasama dengan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten rokan hulu.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu bekerja sama dengan beberapa intilansi di antaranya adalah Genpi Rokan Hulu.

“Hubungan kerjasama dalam pelaksanaan promosi objek wisata air terjun Aek Martua ialah dengan adanya kerjamsa dengan beberapa intelansi seperti Genpi Rohul yang telah di lakukan oleh dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu bertujuan untuk menambah para pengunjung yang datang ke objek wisata. Dan juga di laksanakan nya kerjasama seperti ada kegiatan pameran atau ivend.” (wawancara dengan ibu Etawati SH. Kepala bidang Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, 8 November 2021)

Jadi dari hasil wawancara yang di lakukan oleh penulis bahwa telah banyak kerjasama yang di lakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten rokan hulu.

PENUTUP

Kesimpulan

Upaya pelaksanaan promosi objek wisata Air Terjun Aek Martua oleh Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu yaitu sebagaiberikut:

A. Adveristhing atau periklanan memiliki dua macam media yaitu dengan pelaksanaan promosi melalui media cetak dan media eletronik. Salah satu Pelaksanaan promosi melalui media cetak adalah menggunakan Koran dan Brosur.

Promosi melalui media cetak yang di lakukan sekarang masih berjalan dengan baik dan yang paling sering di gunakan adalah dengan menggunakan penyebaran brosur. Sedangkan media untuk media eletronik adadiantanya yaitu TV, Radio, Website/internet. Yang paling sering di gunakan yaitu dengan menggunakan website/internet. Kegiatan promosi menggunakan website/internet tidak hanya di kakukan oleh Dinas Pariwisata namun masyarakat dapat turut serta membantu untuk mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Rokan Hulu melalui Media Sosial.

B. Sales promotion. Sales promosi adalah alat yang bertujuan menawarkan dalam jangka waktu yang pendek oleh karena itu Dinas Pariwisata Dan kebudayaan tidak menggunakan sales Promosion sebagai alat promosi yang tepat.

C. Public Ralation adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kanupaten Rokan Hulu dengan bertujuan Public ralation dapat menambah kunjungan yang akan datang ke objek wisata Air Terjun Aek Martua yang ada di desa Tangun. Public ralation memiliki dua macam pelaksanaan yaitu dengan melakukan pameran dan bekerja sama dengan masyarakat. Pengertian dari public ralation adalah strategi kerja sama yang di lakukukan dalam melakukan ralasi publik agar mendapatkan openi yang bagus dari masyarakat. Maka dari itu Dinas pariwisata melakukan Public relation dengan masyarakat setempat, walaupun demikian penghambat dari public raltion adalah masyarakat setempat yang kurang terbuka terhadap pemerintahan dan masyarakat sangat tertutup. Namun, tidak hanya itu saja public raltion juga di lakukan oleh tim pemasaran dan bekerja sama dengan

Genpi Rokan Hulu dan melakukan ivend pada setiap tahunnya.

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan bauran promosi objek wisata air terjun Aek Martua Kabupaten Rokan Hulu

- a. Faktor penghambat
 1. Masyarakat setempat yang tidak mau bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu. Dikarenakan masyarakat setempat tidak mau bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu . masyarakat menganggap bahwa objek wisata air terjun aek martua adalah milik masyarakat dan tidak mau di kembangkan oleh dinas Pariwisata dan Kebudayaan Rokan Hulu.
 2. Dana yang masih terbatas dan masih kurang oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu merupakan penghambat dalam melakukan pelaksanaan promosi dan oleh sebab itu banyak juga pelaksanaan promosi yang kurang terlaksana dan belum di jalankan dan di laksanakan dengan besar-besaran.
 3. Masalah instruktur dan fasilitas di objek wisata air terjun aek martua masih sangat kurang dan masih sangat kurang fasilitas sebab jalan menuju arah ke objek wisata masih banyak yang belum di perbaiki atau masih jalan tanah jikalau musim hujan wisatawan yang datang berkunjung akan sangat berbahaya sebab jalan yang di tuju sangat licin dan suram. Selain itu untuk akomodasi yang sangat minim jauhnya

hotel dari tempat wisata dan kurangnya hotel berbintang.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka penulis memberikan saran kepada dinas pariwisata dan kebudayaan dalam melakukan pelaksanaan bauran promosi air terjun Aek Martua oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Rokan Hulu antara lain:

1. Dalam kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan maka diharapkan untuk dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten rokan hulu dapat memanfaatkan media-media promosi yang telaj tersedia secara maksimal dan sebaik mungkin. Salah satu media promosi yang belum secara maksimal adalah media webside/internet. Seharusnya dinas dan kebudayaan mampu menjadikan media ini sebagai alat sarana dalam menyebarkan informasi atau promosi objek wisata air terjun aek martua.karena media sosial merupakan jaringan yang penyebaran informasinya paling cepat dan mudah di jangkau oleh semua kalangan. Dan bahasa yang di gunakan harus dapat di mengerti dan gambar oleh seluruh kalangan dan dapat menimbulkan penasaran serta calon wisatawan dapat berkunjung ke objek wisata air terjun aek martua.
2. Diharapkan untuk Dinas pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Rokan Hulu untuk tidak berpatokan dalam satu wadah promosi saja. Jika di lakukan dalam satu wadah promosi saja maka informasi yang ingin di sampaikan atau ingin di ptomosikan akan lamban di ketahui oleh para calon wisatawan yang inigin berkunjung.
3. Para pengelola juga dapat melakukan atraksi atraksi di objek wisata bertujuan agar para wisatawan yang datang tidak hanya datang untuk menikmati keindahan alam tetapi juga ada pertunjukan/kegiatan yang di lakukan di sekitaran objek wisata air terjun aek martua.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansel, Strauss dan Juliet Corbin. 1977. *Dasar dasar penelitian kualitatif Produser, Teknik, dan Teori*. Surabaya: Bina Ilmu offset.
- Baygono, 2005. *Pengetahuan Dasar Pariwisata dan Perhotelan*. Alfabeta. Bandung
- Basu swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran moderen*. Yogyakarta: liberty.
- Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 1992. *Pengantar metode kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Browne dan Wildavsky. 2004. (Dalam Nurdin dan Usman.2004:70)
- Israini Hardini. 2012. *Strategi Pembelajaran Terpadu*. Famila: Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2016. *Marketing Management (global edition)*. Edisi 15e. Englad: Person.
- Kotler, Philip.2007. *manajemen pemasaran*. Jakarta: salemba Empat
- Nur'aiini, fajar,2016. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- Oka A. Yoenti.MBA. 1996. *Pemasaran pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Onang Uchjana Effendy. 1992. *Hubungan masyarakat suatu studi komunikologis*. Bandung;PT. Remaja Rosdakarya.
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu pariwisata sebuah pengantar perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Philip Kotler. 2000. *Manajemen pemasaran perspektif asia*. Yogyakarta; ANDI and Pearson Education Asia Pte.
- Rambaat Lupiyoadi,2009. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: Selemba empat.
- Salah Wahab. 2003. *Manajemen kepariwisataan*. Jakarta: pradnya Paranita.
- Seprianto. 2008. *Analisis Periklanan (advertising) dalam dalam meningkatkan kualitas pelanggan pada bimbingan pada bimbingan belajar nurul fikri cabang pekanbaru*. Pekanbaru
- Sutarjona Adiulo.2013. *Pembelajaran Nilai-karakter*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Suwarntoro, Gamel.2004. *Dasar-dasar pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Wardiyanta. 2006. *Metode pelenitian pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- R.tria Safitri. 2020. *Pelaksanaan Promosi Objek wisata Air Terjun Guruh Gemurai Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singgi*. Pekanbaru
- Tjiptono,Fandy. 2008. Strategi pemasaran (edisi III). Yogyakarta: Andi**
- York: McGraw-Hill.