

# BUJANG DARA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN PELALAWAN

**Ivony Adytia Saragih**

[ivony.adytia3645@student.unri.ac.id](mailto:ivony.adytia3645@student.unri.ac.id)

**Febri Yuliani**

[Febri.yuliani@lecturer.unri.ac.id](mailto:Febri.yuliani@lecturer.unri.ac.id)

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata-Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Univeritsitas Riau

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

Telp/fax. 0761-63277

## *Abstract*

*One of the benchmarks for increasing regional tourism is the number of tourist visits. As a result, a variety of tourist attractions must be developed in order to attract people to travel. In order to increase tourist visits, it is necessary to have a real role from the output of the selection of Bujang and Dara in carrying out tourism promotion by coordinating and collaborating with tourism entrepreneurs both inside and outside. The aim of this research are: 1) To determine and analyze the role of Bujang and Dara in promoting tourism in the Pelalawan Regency. 2) To determine and analyze Bujang and Dara obstacles in promoting tourism in the Pelalawan Regency. This research used qualitative method. This research took place at the Department of Tourism, Youth and Sports, Pelalawan Regency, at the Bhakti Praja Office Complex, Pangkalan Kerinci, Pelalawan. Researchers collected primary data from the results of interview with the Head of the Bujang and Dara Association, Pelalawan Regency. Secondary data in this research collected from books, hard printed journal from the relevant agencies as a complement to the research process. Data collection techniques in this study are observation, interviews, and documentation. In line with the main problem and focus of this research, the data analysis used is descriptive qualitative. The result of this research is that Bujang and Dara has several roles in carrying out their duties as a Regional Tourism Ambassador. Social Roles and Ceremonial Roles. Social roles include as a speaker, holding social actions, and others. Meanwhile, the ceremonial roles include bridesmaid and bestman.*

*Keyword : : Bujang and Dara, Promotion, Tourism*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kabupaten Pelalawan telah meluncurkan sebuah *tagline* berbunyi “*Exciting Pelalawan*” yang merupakan salah satu bentuk keseriusan Kabupaten Pelalawan guna melakukan promosi objek wisata yang terdapat di daerahnya. Logo yang bergambarkan gulungan ombak dan seorang peselancar diatasnya diambil karena mencirikan objek wisata unggulan yang ada di Kabupaten Pelalawan yaitu

Ombak Bono.

Orang-orang yang dinilai mampu dalam membantu promosi wisata suatu daerah adalah Bujang dan Dara. Sangat memprihatinkan bila terdapat sebuah potensi wisata yang dapat berkembang maju namun belum terlalu memperoleh atensi dari publik ataupun dinas yang berkaitan. Dilaksanakannya pemilihan bujang dan Dara kedepannya diharap dapat terpilih sosok yang dapat berperan sebagai seorang promotor yang bisa melakukan promosi potensi wisata yang terdapat di daerahnya. Sejumlah kontes

dilaksanakan diantaranya ialah ajang pemilihan Duta Wisata yang dilaksanakan di Kabupaten Pelalawan yakni Bujang dan Dara yang pelaksana berharap dapat memberi peranan signifikan dalam mengenalkan lebih luas pariwisata di Kabupaten Pelalawan.

Memperoleh gelar kehormatan yang bergengsi di ajang pemilihan Bujang dan Dara ini tentunya ialah suatu kebanggaan bagi semua peserta. Akan tetapi gelar yang diberikan tersebut dapat lebih bermakna tidak sekadar yang penyandang gelar tersebut rasakan namun juga turut dirasakan seluruh khalayak yang berkontribusi positif pada eksistensi penyandang gelar Bujang dan Dara, utamanya ialah dalam hal pelestarian budaya serta upaya membangun mental generasi muda.

Pada tabel berikut peneliti uraikan data pemenang Bujang Dara Pelalawan mulai tahun 2016 – 2021, peneliti cantumkan pada tabel 1.1 :

**Tabel 1.1**  
**Data Pemenang Bujang Dara**  
**Kabupaten Pelalawan (2016-2021)**

No.	Tahun	Pemenang Bujang Dara
1.	2016	1. Nanda Fadriansyah (Bujang) 2. Vera Yuniwati Sormin (Dara)
2.	2017	1. Adam Gusfarozi (Bujang) 2. Shandeva Dewi Musi (Dara)
3.	2018	1. Rizky Rahmat Mulya (Bujang) 2. Mitahul Jannah (Dara)
4.	2019	1. Rizkiansyah Gusnia (Bujang) 2. Hardianti Yulia Nur Pratiwi (Dara)

5.	2021	1. M. Febri Zain (Bujang) 2. Irma Yana (Dara)
----	------	--

(Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan)

Maraknya pemilihan Bujang Dara disejumlah daerah memicu beragam komentar dari masyarakat. Pastinya tetap ada yang memberikan respon baik atas pemilihan Bujang Dara yang tujuannya memberikan motivasi generasi muda guna menambah wawasan, bakat serta kemampuan yang dimilikinya. Di sisi lainnya dari respon yang positif, cukup banyak pula yang memberikan pandangan negatif pada sosok Bujang Dara. Yang pertama Bujang Dara dianggap hanya sebagai pajangan dan yang kedua pemilihan Bujang Dara dinilai menghamburkan anggaran. Munculnya pandangan tersebut dikarenakan satu dari sejumlah tugas dan fungsi pokok Bujang Dara ialah menjadi pendamping pada sejumlah kegiatan seremonial pemerintah. Secara fakta, banyak Bujang Dara di berbagai daerah yang sangat proaktif, dalam upaya mendukung suksesnya dan ataupun melaksanakan acara mandiri untuk kegiatan serta tidak sekadar terkait dalam sektor budaya ataupun pariwisata, namun juga telah merambah makin luas seperti pada ranah sosial, pendidikan ataupun lingkungan.

Bujang Dara Kabupaten Pelalawan, yaitu duta wisata juga tidak luput dari respon positif dan stigma negative tersebut. Banyak pihak yang menganggap bahwa pemilihan Bujang Dara hanyalah ajang pemilihan model yang penilaiannya didasarkan pada penampilan fisik saja. Padahal terpilihnya Bujang Dara harus melewati proses seleksi yang ketat.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang disebutkan diatas maka berikut rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana peran Bujang Dara dalam

mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pelalawan?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan judul penelitian diatas agar penelitian lebih jelas, untuk itu penulis membuat Batasan masalah dalam penelitian ini yakni hanya membahas tentang Bujang Dara dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Pelalawan

### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan memberikan deskripsi analisis mengenai Bujang Dara dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pelalawan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dalam praksis atau teoritis, yaitu:

1. Menyumbang pemikiran bagi pembahasan promosi pariwisata yang terus berkembang menyesuaikan perkembangan zaman
2. Bagi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kab. Pelalawan, mampu dipergunakan sebagai bahan dalam mempertimbangkan keputusan yang diambil berkaitan dengan kegiatan promosi pariwisata di Kab. Pelalawan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pariwisata

Pariwisata merupakan beragam kegiatan wisata yang dilengkapi dengan dukungan sarana beserta pemberian layanan yang masyarakat, pengusaha, ataupun pemerintah sediakan.

Spillane yang dimuat oleh Wahid (2015), Pariwisata merupakan perjalanan dari satu ke tempat lainnya yang sifatnya sementara, dapat dilaksanakan oleh perseorangan ataupun berkelompok, sebagai upaya menyeimbangkan serta menyelaraskan

aspek kehidupan yakni interaksi sosial, budaya serta ilmu pengetahuan.

#### 2.2 Pemasaran Pariwisata

Pemasaran ialah usaha terpadu guna melakukan penggabungan sejumlah rencana strategis yang mengarah pada usaha memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen guna mendapat profit dari konsumen melalui proses transaksi. Aktifitas pemasaran perusahaan haruslah mampu menyajikan kepuasan pada konsumen jika ingin memperoleh tanggapan yang baik. Perusahaan haruslah dengan penuh bertanggung jawab pada kepuasan produk yang perusahaan tawarkan. Karena hal tersebut maka seluruh kegiatan perusahaan mengarah pada pemuasan konsumen yang akhir dari tujuannya ialah mendapatkan laba serta mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya.

#### 2.3 Promosi

Promosi berdasar dari pernyataan Lewis (1995), Bauran promosi (*promotion mix/communication mix*) merupakan seluruh bentuk komunikasi antar perusahaan serta target pasar guna menambah perwujudan *product* ataupun *service mix*, yakni komunikasi yang menetapkan ataupun melakukan monitoring atas harapan konsumen ataupun melakukan pembujukan pada konsumen agar membeli.

#### 2.4 Media Promosi Pariwisata

Media promosi terdiri dari beragam jenis yang dari tiap jenis memiliki tujuan guna menyampaikan informasi yang berbeda-beda. Garis besarnya informasi promosi yang sering dipergunakan tersusun atas tiga kelompok yakni, *advertising*, *Sales Support*, serta *Public Relation*.

*Advertising* ialah cara yang tepat guna memberi hasil produk pada konsumen yang belum pernah mengenalnya sama sekali. Berdasar pemakaian dari *advertising* tersebut utamanya ialah mampu

menjangkau banyak orang menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, tv, radio serta bioskop.

### 2.5 Peran

Peran merupakan hasil penggabungan posisi serta pengaruh. Seseorang menjalankan hak serta kewajiban, artinya sudah melaksanakan sebuah peran. Peran dapat pula disejajarkan dengan fungsi. Peran serta status tidak mungkin mampu dipisah. Tidak terdapat peran tanpa adanya kedudukan ataupun status, begitupula tidak adanya status tanpa keberadaan peran. Tiap individu memiliki beragam peranan yang dijalankan di kesehariannya dalam bermasyarakat. Peran menjadi penentu atas apa yang telah individu perbuat untuk masyarakat. Begitu pula peranan turut menjadi penentu atas kesempatan-kesempatan yang masyarakat berikan padanya.

Pendefinisian dari peranan dijabarkan oleh Soekanto (2009) menjabarkan jika peranan ialah suatu aspek dinamis kedudukan (status). Yaitu apabila individu menjalankan hak serta kewajibannya selaras dengan kedudukan dan fungsinya, maka individu tersebut telah melaksanakan peranannya.

### 2.6 Bujang Dara

Bujang Dara merupakan individu yang dinilai mampu bekerjasama bersama pemerintahan daerah guna melangsungkan promosi daerah tertentu khususnya potensi pariwisata daerahnya sendiri. Bujang Dara diharap mampu menjadi ikon daerah yang dapat menjadi pembicara serta menyebarkan informasi terkait potensi pariwisata sebuah daerah kepada khalayak luas sehingga muncul ketertarikan untuk berkunjung ke daerah tersebut.

Bujang Dara tiap-tiap daerah memiliki caranya sendiri dalam melakukan promosi serta memperkenalkan budaya daerahnya untuk dapat memikat pengunjung. Akibatnya beragam objek-objek wisata, seni, budaya serta pariwisata dikenal luas.

Karena hal tersebut peran promosi serta pemasaran dari petugas dinas pariwisata dapat tersalurkan oleh duta wisata. Fungsi serta peran Bujang Dara sangatlah penting selaku figure informan ataupun promotor guna memikat wisatawan untuk melakukan kunjungan di objek ataupun atraksi wisata di daerah tersebut.

### 2.7 Kerangka Pemikiran



## BAB III Metode Penelitian

### 3.1 Desain Penelitian

peneliti akan mempergunakan metode Penelitian Kualitatif. Pendefinisian dari penelitian kualitatif ialah penelitian yang difungsikan guna mengkaji pada kondisi obyek alamiah, yang menjadikan peneliti selaku instrumen kunci (Sugiyono,2005). Bersumber dari pernyataan Moleong (2005), riset yang ditujukan untuk mengetahui fenomena perihal apa yang subjek penelitian alami merupakan pengertian dari penelitian kualitatif hal yang dialami subyek semisal perilakunya, pola pandangnya, motivasi, tindakan, dll secara holistic, dijabarkan dengan mendeskripsikannya melalui kata-kata serta bahasa, dalam sebuah konteks khusus yang alamiah serta mempergunakan beragam metode ilmiah.

Bersumber dari Basrowi & Suwandi (2008), generalisasi dalam penelitian

kualitatif dinamakan transferability yang memiliki arti hasil riset yang diperoleh dapat dipergunakan pada lokasi lainnya ketika mempunyai karakteristik yang sama ataupun tidak berbeda jauh dengan lokasi penelitian kualitatif yang sedang dilaksanakan.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Riset ini berlangsung di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan alamat tepatnya berada di Komplek Perkantoran Bhakti Praja Pangkalan Kerinci Pelalawan yang dilaksanakan sejak Januari-Maret 2022.

### 3.3 Key Informat

Di bawah ini merupakan sejumlah orang yang menjadi informan pada riset ini yakni:

#### Informan Penelitian

No	Nama	Keterangan
1.	Marlina, SE	PPTK Bujang Dara Kab. Pelalawan (Bid. Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Pelalawan)
2.	Bobi Handoko, S.Pd	Ketua Ikatan Bujang Dara Kab. Pelalawan
3.	Miftahul Jannah	Dara Pelalawan 2018
4.	Zulhamsyah, S.Sos	Ketua PWI Kab. Pelalawan
5.	Abdul Nasib	Ketua KNPI Kab. Pelalawan

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer juga termasuk data yang peneliti dapatkan langsung dari sumber

datanya (melalui tanya jawab ataupun wawancara) dengan sejumlah pihak yang berhubungan dengan permasalahan pada riset.

Dalam pelaksanaan riset ini, peneliti mendapat data primer dari hasil kegiatan mewawancari Ketua Ikatan Bujang Dara Kabupaten Pelalawan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder pada riset ini bersumber dari buku, jurnal dengan bentuk cetak yang merupakan kepemilikan dinas terkait yang dipergunakan sebagai pelengkap pada pelaksanaan riset.

Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) Kabupaten Pelalawan berupa data objek wisata yang ada di Pelalawan serta data kunjungan wisatawan sepanjang 5 tahun kebelakang.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Bersumber dari pernyataan Idrus (2009) observasi ataupun dapat dimaknai sebuah penganalisaan atau pengamatan ialah kegiatan mencatat fenomena yang dilaksanakan dengan tersistem.

Peneliti melaksanakan kegiatan observasi dengan cara melakukan kunjungan ke Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparbudpora) Kab. Pelalawan. Pengamatan ini tujuannya ialah guna mengetahui bagaimana Peran Bujang Dara Kab. Pelalawan.

#### 2. Wawancara

Peneliti mempergunakan jenis wawancara yakni wawancara semi terstruktur, wawancara berjalan dengan peneliti menanyakan sejumlah pertanyaan yang bebas serta leluasa. Pelaksanaan wawancara yang dilaksanakan peneliti dapat berjalan dengan luwes, arah wawancaranya lebih terbuka, serta menciptakan pembicaraan yang menarik dan tidak jenuh sehingga didapatkan informasi yang lebih banyak.

Dalam hal ini, peneliti akan mewawancarai Ketua Ikatan Bujang Dara Kabupaten Pelalawan dan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga yang ditujukan guna mendapatkan informasi terkait kegiatan promosi yang dilaksanakan untuk pariwisata di Kabupaten Pelalawan.

### **3. Dokumentasi**

Dalam hal dokumentasi, yang peneliti lakukan ialah merekam kegiatan wawancara peneliti dengan Ketua Ikatan Bujang Dara Pelalawan, dan dengan Pihak Dinas Pariwisata lalu memotret kegiatan wawancara peneliti serta memotret peneliti saat melakukan observasi ke berbagai tempat.

#### **3.7 Teknik Analisis Data**

Selaras dengan Pokok permasalahan serta Fokus dari riset ini, analisis data yang dipergunakan Peneliti dalam riset ini ialah Deskriptif Kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif memberi penggambaran kondisi apa adanya, tanpa adanya pemberian perlakuan ataupun manipulasi pada variabel penelitiannya. Berdasarkan kaidah analisis Kualitatif data yang terbagi atas Observasi, Wawancara, serta Studi Dokumen dianalisis secara terus menerus dan berkesinambungan selama proses pengumpulan data dilapangan berlangsung (Moelong 2000. Yuswandi dalam Sulistyani 2013).

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Kabupaten Pelalawan**

#### **4.1.1 Sejarah Singkat**

Kabupaten Pelalawan secara administratif tersusun atas 12 kecamatan, yang mencakup 106 desa dan 12 kelurahan. 12 Kecamatan tersebut ialah; Kecamatan Bandar Seikijang, Kecamatan Pangkalan Kerinci, Kecamatan Langgam, Kecamatan Pelalawan, Kecamatan Teluk

Meranti, Kecamatan Kuala Kampar, Kecamatan Kerumutan, Kecamatan Bunut, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kecamatan Bandar Petalangan, Kecamatan Pangkalan Lesung, dan Kecamatan Ukui dengan Kecamatan Pangkalan Kerinci sebagai ibukota kabupaten.

#### **4.1.2 Letak Geografis**

Kabupaten Pelalawan terletak di pesisir pantai timur pulau Sumatera antara 1.25° lintang utara hingga 0,20° lintang selatan dan antara 100,42° bujur timur sampai 103,29 bujur timur. Luas wilayah kabupaten Pelalawan tercatat 13.925 KM<sup>2</sup> ataupun 14,73% dari total luas Provinsi Riau. Ibukota Kabupatennya berada di Kecamatan Pangkalan Kerinci. Kecamatan dengan luas terbesar ialah Kecamatan Teluk Meranti (30,45%) serta luas terkecilnya ialah Kecamatan Pangkalan Kerinci (1,39%).

#### **4.1.3 Sumber Daya Alam**

Dari data statistik perkebunan Kabupaten Pelalawan total ada 26.575,44 hektar perkebunan karet pada beberapa tahun terakhir yang menyebar diberbagai kecamatan yang ada di Pelalawan. Begitu pula dengan total luas perkebunan kelapa, yaitu sekitar 16.933,45 hektar dan selanjutnya untuk luas areal perkebunan kelapa sawit di angka 356.877,00 hektar.

#### **4.1.4 Kependudukan**

Banyaknya penduduk Kabupaten Pelalawan bersumber dari data Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan tahun 2021 ialah sebesar 381.949 jiwa, dengan luas wilayahnya 13.067,29 km<sup>2</sup>, serta kepadatan penduduknya 29 jiwa/km<sup>2</sup>.

### **4.2 Bujang Dara Kabupaten Pelalawan**

Bujang Dara merupakan pemuda-pemudi yang terpilih melalui tahapan seleksi yang pelaksanaannya mendapat pengawasan dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Tujuan diadakannya pemilihan Bujang Dara ialah guna

mewadahi antusiasme generasi muda supaya mempunyai aktifitas yang positif serta mengembangkan pariwisata di Kabupaten Pelalawan.

Bujang Dara merupakan tokoh yang dinilai mampu bekerjasama bersama pemerintahan daerah setempat guna melakukan promosi suatu daerah lebih khusus untuk potensi pariwisata daerah itu sendiri. Bujang Dara diharap menjadi ikon daerah yang dapat berperan sebagai pembicara serta menyebarkan informasi perihal potensi pariwisata daerahnya pada khalayak luas sehingga memunculkan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisatanya.



**Gambar 4.1 (Bujang Dara Kabupaten Pelalawan)**

#### 4.3.1 Sejarah Bujang Dara

Di Kabupaten Pelalawan sendiri, ajang pemilihan Bujang Dara dimulai dari tahun 2011. Saat itu pemilihan dilakukan hanya karena permintaan finalis Bujang Dara dari Kabupaten Pelalawan untuk dapat mengikuti pemilihan di tingkat Provinsi. Antusiasme pemuda di Kabupaten Pelalawan saat itu akan pemilihan Bujang Dara juga belum setinggi sekarang. Kondisi tersebut dikarenakan masih minimnya pengetahuan serta informasi yang diperoleh para pemuda di Kabupaten Pelalawan.

Namun beberapa tahun kemudian Ikatan Bujang Dara Pelalawan yang berisikan alumni finalis pemilihan Bujang Dara dari tahun ke tahun melakukan banyak inovasi untuk pemilihan Bujang Dara ini. Dimulai dari melakukan penyuluhan dan pemberian informasi tentang pemilihan Bujang Dara ke seluruh SMA yang ada di Kabupaten Pelalawan lalu mulai menampakkan diri ditengah-tengah masyarakat melalui aksi sosial dan banyak kegiatan positif lainnya. Hal ini tentu mendapat respon baik dari Dinas Pariwisata dan sekolah-sekolah yang mereka datangi. Dampaknya, di pemilihan tahun berikutnya, minat dan antusiasme peserta meningkat drastis.

#### 4.3.2 Alur Pemilihan

Di tahap awal, peserta akan diseleksi oleh panitia pemilihan melalui banyak kriteria, kriteria pertama adalah Batasan umur, peserta harus berada didalam rentang umur 18-24 tahun. Lalu kriteria selanjutnya adalah tinggi badan, minimal 170 cm untuk tinggi Bujang dan 165 cm untuk tinggi Dara. Diikuti oleh kriteria lain yaitu minimal Pendidikan adalah SMA/K, sehat jasmani dan rohani, cerdas dan berprestasi serta belum menikah.

Setelah melewati seleksi persyaratan administrasi yang membutuhkan pengisian formulir pendaftaran, *photo close up full body*, surat tugas jika utusan dari kecamatan, photocopy KTP, surat izin orang tua, serta surat pernyataan tidak menuntut hasil seleksi, peserta akan melewati seleksi penjurian yang bersifat wawancara.

#### 4.3.3 Peran Bujang Dara

##### 1. Peran Sosial

Berdasarkan Fungsi Sosial diatas maka ada 3 kegiatan yang perlu diketahui, yaitu :

- Sebagai Pemateri/Narasumber
- Kegiatan Bakti Sosial

c. Menghadiri Acara Sebagai Tamu

### 3. Peran Seremonial

Fungsi Bujang Dara dalam seremonial yaitu sebagai berikut:

- a. Penyambutan tamu kenegaraan
- b. Pagar Ayu dan Tampan
- c. Acara Kedinasan

#### 4.3.4 Promosi Wisata Bujang Dara

Promosi tidak langsung pertama-tama ditujukan kepada penyalur produk pariwisata, seperti biro perjalanan umum dan cabang-cabangnya, agen perjalanan, organisasi-organisasi perjalanan dan sebagainya.

Pelaksanaan tahap promosi pariwisata umumnya dimulai dengan melaksanakan penganalisisan pasar yang aktifitasnya mencakup setidaknya tahapan-tahapan kegiatan penentuan tujuan promosi kepariwisataaan.

Mengenai program promosi ini juga telah dilakukan oleh Bujang Dara Pelalawan seperti yang dijelaskan oleh salah satu informan dalam wawancara, Bobi Handoko, S.Pd sebagai Ketua Ikatan Bujang Dara Pelalawan yang menyatakan :

*”Untuk promosi sendiri, dari Ikatan Bujang Dara Pelalawan punya program Camping Promosi dan Safari Wisata, visinya adalah untuk mengenalkan berbagai objek wisata yang ada di Pelalawan lewat sosial media dengan cara kami sebagai penggerak berwisata lalu yang insyaallah akan diikuti oleh masyarakat lain yang melihat kami yang sudah lebih dulu berwisata disana. Dengan meninggalkan kesan dan postingan yang menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung”* (19 Februari 2022, 16.10 WIB)

**Gambar 4.12 (Camping Promosi)**



Program promosi ini juga dapat dilakukan dengan berbagai cara, dan tentunya akan mempengaruhi efektivitas dari pelaksanaan program promosi ini. Berkaitan dengan hal ini Bujang Dara juga telah menentukan cara yang tepat dalam mempromosikan pariwisata di Pelalawan salah satunya ialah memanfaatkan media sosial sebagai tempat dalam menyampaikan informasi seputar objek wisata yang terdapat di pelalawan seperti yang dijelaskan oleh informan dalam wawancara, Miftahul Jannah sebagai Dara Pelalawan 2019 yang memaparkan :

*”Saat ini, sosial media adalah senjata utama dari Ikatan Bujang Dara Pelalawan untuk melakukan promosi. Banyak hal dan banyak orang yang bisa kami jangkau dengan bantuan dari sosmed, apalagi, semenjak covid 19 melanda, sosial media hanyalah satu-satunya cara untuk kami bisa terus mempromosikan objek wisata”* (25 Maret 2022, 10.00 WIB)

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa sarana media massa atau sosial media yang digunakan guna melakukan promosi pariwisata di Pelalawan yang dijalankan oleh Bujang Dara dirasa cukup efektif. Hal ini dapat dianggap sebagai cara tidak langsung yang membutuhkan perantara media untuk dapat menyampaikan informasi ataupun pesan yang akan disampaikan kepada wisatawan.

Selain aktivitas promosi pariwisata yang dilakukan oleh Bujang Dara secara tidak

langsung ini, Bujang Dara telah mengalami seleksi yang dinilai dari berbagai aspek yang salah satunya adalah aspek *Beauty* atau aspek fisik juga akan sangat memungkinkan untuk dapat menjadi ikon yang akan berhadapan langsung dengan para wisatawan maupun dalam kegiatan ceremonial yang dilakukan untuk mempromosikan pariwisata secara langsung. Mengenai hal ini juga dijelaskan oleh informan dalam wawancara, Miftahul Jannah sebagai Dara Pelalawan 2019 yang menyatakan :

*“Selain hal-hal yang sudah saya sebutkan tadi, bentuk lain dari promosi wisata yang sudah dilakukan Bujang Dara dan mungkin seterusnya akan dilakukan adalah menghadiri acara pameran atau ekspo yang biasanya ditaja oleh berbagai macam instansi pemerintah dari berbagai daerah. Dari situ Bujang Dara Pelalawan bisa menggaet wisatawan dari luar daerah Pelalawan”* (25 Maret 2022, 10.10 WIB)

Selain itu, dalam menjalankan perannya dalam fungsi seremonial, Bujang Dara juga dapat melakukan promosi Ketika sedang dalam tugas lain, seperti yang disampaikan salah satu informan dalam wawancara, Ibu Marlina, SE sebagai PPTK Bujang Dara Pelalawan di Dinas Pariwisata kab. Pelalawan :

*“Bujang dan Dara tak melulu bicara soal pariwisata saja, terkadang Bujang Dara diminta oleh Dinas atau instansi lain untuk pendampingan tamu penting, penyambutan tamu kehormatan, dan banyak lagi sebenarnya. Jadi Bujang Dara tidak hanya berguna bagi Dinas Pariwisata saja namun bagi seluruh instansi yang membutuhkan. Bahkan jika mau, Bujang Dara bisa melakukan promosi Ketika melaksanakan tugas sebagai pendamping, jadi tugas utama Bujang Dara sebagai promotor tetap bisa dilaksanakan”* (23 Maret 2022, 15.00)

Berdasarkan semua hasil wawancara mengenai program promosi pariwisata ini setelah dianalisis dapat diketahui dan disimpulkan bahwa Bujang Dara telah

membuat program yang tujuannya ialah guna menambah pengetahuan dan wawasan para finalis Bujang Dara untuk dapat menjalankan tugas sebagai actor yang bertanggung jawab untuk melakukan promosi pariwisata ini. Selain itu aktivitas promosi juga dilakukan oleh Bujang Dara dengan berbagai cara baik itu secara langsung, yakni memanfaatkan media sosial untuk menyiarkan informasi mengenai objek wisata yang terdapat di Pelalawan dan menghadiri pameran-pameran baik ditingkat nasional, mancanegara maupun daerah yang bertujuan guna mengenalkan potensi-potensi objek wisata yang terdapat di Kabupaten Pelalawan.

#### **4.3.5 Kendala Bujang Dara dalam Mempromosikan Pariwisata**

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai Duta Wisata, Bujang Dara kerap kali mengalami kendala. Temuan tersebut berdasar dari pemaparan salah satu informan dalam wawancara bersama Bobi Handoko, S.Pd sebagai Ketua Ikatan Bujang Dara Pelalawan yaitu :

*“Dalam menjalankan tugas, kami pasti dihadapkan pada berbagai macam kendala. Namun yang paling signifikan adalah Ketika kami mempunyai profesi lain diluar jabatan kami sebagai Duta Wisata. Hal ini membuat kami kurang optimal dalam melaksanakan tugas karena kesulitan membagi waktu. Kendala lainnya adalah keterbatasan Bahasa asing Ketika ada wisatawan mancanegara. Hal ini menyulitkan kami untuk berkomunikasi dengan wisatawan dalam menyampaikan informasi mengenai pariwisata”*(19 Februari 2022, 16.20 WIB)

Hal ini sedikit banyaknya tentu menghambat Bujang Dara Pelalawan dalam melaksanakan kegiatan promosi. Ini tentunya akan berimbas kepada kegiatan promosi dan mempengaruhi kecepatan waktu penyampaian informasi terkait pariwisata di Pelalawan, sehingga hal ini

juga berpengaruh kepada jumlah kunjungan di destinasi wisata Kabupaten Pelalawan.

Informasi tambahan yang diperoleh, fakta bahwa Bujang Dara kebanyakan statusnya masih pelajar dan mahasiswa, yang turut menjadi kendala dalam perkembangan ide serta kontribusi mereka dikarenakan adanya kesibukan pribadi. Berbeda kondisinya jika mereka diajukan cuti kemudian diperkerjakan untuk Dinas Pariwisata sebagai staff pengembangan dan promosi.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Bujang Dara mempunyai beberapa peran dalam menjalankan tugasnya sebagai Duta Wisata Daerah. Yaitu, Peran Sosial dan Peran Seremonial. Peran Sosial mencakup Menjadi Pemateri/Narasumber, menggelar Aksi Sosial, dan lain-lain. Sedangkan Peran Seremonial mencakup Penyambutan Tamu dan menjadi Pagar Ayu/Tampan.

Lalu Bujang Dara juga melakukan promosi dengan dua cara yaitu, langsung dan tidak langsung. Camping Promosi dan Safari Wisata adalah salah satu contoh kegiatan promosi secara langsung yang dilakukan Bujang Dara. Menjalin Kerjasama dengan semua komponen kepariwisataan di Pelalawan seperti biro perjalanan wisata dan agen perjalanan termasuk salah satu cara promosi tidak langsung.

Sedangkan kendala yang dialami Bujang Dara dalam menjalankan tugas adalah beberapa dari mereka memiliki profesi lain diluar jabatannya sebagai Bujang Dara. Hal ini membuat Bujang Dara kurang optimal dalam menjalankan tugas karena kesulitan membagi waktu. Selain itu, keterbatasan Bahasa juga menjadi hal yang cukup signifikan Ketika Bujang Dara sedang menjalankan tugas bertemu wisatawan mancanegara, hal ini menyulitkan mereka berkomunikasi sehingga penyampaian informasi mengenai pariwisata di Pelalawan jadi tidak terlaksana.

### **5.2 Saran**

Beracuan dari hasil riset ini maka peneliti mencoba memberikan sejumlah saran terkait upaya promosi Pariwisata di Kabupaten Pelalawan oleh Bujang dan Dara:

- a. Memperketat seleksi bidang pengetahuan dan kebahasaan serta public speaking. Agar tidak ada lagi kendala promosi yang dilakukan Bujang Dara karena keterbatasan pengetahuan dan Bahasa asing.
- b. Memperbanyak materi promosi dan Bahasa asing pada saat karantina agar Bujang Dara memiliki bekal yang cukup Ketika turun ke lapangan.
- c. Mengoptimalkan peran dan fungsi Bujang Dara dengan cara memperbanyak keterlibatan mereka pada acara-acara kepariwisataan yang diselenggarakan dinas terkait.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Buku**

- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS
- Bambang Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gavamedia
- Drs H Indriyo Gitosudarmo, M. Com : 2000 : *"Manajemen Pemasaran"* : Edisi ke- 1: BPFE : Yogyakarta
- Hermawan Kartajaya. 2002. *Hermawan Kartajaya On Marketing*, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Lancaster, Geoff dan Massingham, Lester. 2011. *The Essentials Marketing Management*. New York : Taylor & Francis e-Library
- Pengantar Ilmu Kepariwisata*. Oka A. Yoeti. 1996. Grasindo. Jakarta

Pitana, I Gde. Dan Surya Diarta, I Ketut. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi

R.G Soekadijo. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama

Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Penerbit Andi Yogyakarta

Riand Farisya, 2011. *Persepsi dan Konsep Diri Duta Wisata Berdasarkan Konsep Brain, Beauty, dan Behavior*, Universitas Brawijaya, Malang

Wibowo, A.S. 2012. *Eksistensi Duta Wisata*. Witt,S., dan Mautinho, L 1998

#### **Daftar Jurnal**

Randa. 2015. Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Solok. Pekanbaru : FISIP Universitas Riau

Fitriani. 2015. Bujang Dara Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kota Pekanbaru. Pekanbaru : FISIP Universitas Riau

Tiono, Pras. 2015. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Jemur Di Rokan Hilir. Pekanbaru : FISIP Universitas Riau

Yulaichah, Siti. 2017. Bujang Dara Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Indragiri Hulu. Pekanbaru : FISIP Universitas Riau

Idrus, Muhammad. 2018. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Komunitas GenPI Dalam Mempromosikan Brand Destinasi Siti Nurbaya. Pekanbaru : FISIP Universitas Riau