

PELAKSANAAN PROMOSI PADA EVENT WISATA BAKAR TONGKANG

Oleh : Siti Maharani

Pembimbing : Rd. Siti Sofro Sidiq

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

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang Pelaksanaan Promosi Pada Event Wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir. Penelitian ini dilakukan di Jl, Bintang No. 99 Bagan Punak Pesisir, Bagan Siapi-api Kabupaten Rokan Hilir tepatnya pada Event wisata Bakar Tongkang, dalam hal ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang timbul dalam kegiatan pelaksanaan event dan sistem promosi atau membahas permasalahan bagaimana strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh pengelola dan kendala-kendala apa saja yang dihadapi pihak pengelola dalam mempromosikan event wisata bakar tongkang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti ini menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan event wisata Bakar Tongkang telah menerapkan 5 bauran promosi diantaranya periklanan, penjualan, personal selling, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

Keyword: Strategi, Promosi, Event Wisata

ABSTRACT

This thesis discusses the implementation of promotions at the barge burning tourism event in Rokan Hilir Regency. This research was conducted on Jl, Bintang No. 99 Bagan Punak Pesisir, Bagan Siapi-api, Rokan Hilir Regency, specifically the Bakar Barge tourist event, in this case it was motivated by problems that arose in the event implementation activities and promotional systems or discussing the problem of how the promotion strategy was carried out by the Youth and Sports Tourism Office. This research aims to find out how promotions are carried out by the management and what obstacles the management faces in promoting the barge burning tourism event. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. This researcher used interview, observation and documentation techniques. The results of this research show that in implementing the Bakar Tongkang tourism event, 5 promotional mixes have been implemented, including advertising, sales, personal selling, public relations and direct marketing.

Keywords: Strategy, Promotion, Tourist Event

A. LATAR BELAKAN

Indonesia merupakan bangsa yang memiliki perbedaan budaya, ras, adat istiadat, bahasa dan agama.

Kebudayaan merupakan warisan sosial para leluhurnya. Etnis atau suku bangsa diketahui menyebut setiap bentuk kelompok etnis atau non-ras yang dianggap berbeda secara sosial dan telah mengembangkan adat istiadatnya sendiri. Dengan kata lain, kelompok etnis adalah kelompok yang dihormati oleh masyarakat itu sendiri sebagai kelompok yang terpisah. Walaupun perbedaan kelompok diasosiasikan dengan nenek moyang tertentu, namun ciri-ciri identifikasi tersebut dapat berupa bahasa, daerah perapian, bentuk fisik dan kombinasi ciri-ciri tersebut akan menghasilkan budaya tersendiri.

Dengan kata lain, kelompok etnis adalah kelompok yang dihormati oleh masyarakat itu sendiri sebagai kelompok yang terpisah.

Indonesia memiliki potensi wisata yang baik, pariwisata dapat dijadikan sebagai kegiatan ekonomi yang dapat meningkatkan keuangan negara dalam waktu yang lebih singkat dari pada pertanian dan industri migas. Perkembangan ekonomi akan tumbuh ketika terdapat industri pariwisata yang memicu tumbuhnya produksi usaha baru, perluasan bidang usaha lainnya serta penciptaan lapangan pekerjaan. Perkembangan sektor pariwisata juga memberikan keuntungan kepada daerah serta masyarakat yang tinggal di daerah wisata. Pariwisata sering dianggap sebagai media pembangunan ekonomi yang tidak memerlukan investasi terlalu besar, untuk itu perlu kesiapan dan pembenahan dalam bidang pengembangan dan pengelolannya. (Wahab, 1996).

Pariwisata merupakan suatu fenomena yang terdiri dari berbagai aspek, seperti: ekonomi, teknologi,

politik, keagamaan, kebudayaan, ekologi, dan pertahanan dan keamanan. Melalui pariwisata berkembang keterbukaan dan komunikasi secara lintas budaya, melalui pariwisata juga berkembang komunikasi yang makin meluas antara komponen-komponen lain dalam kerangka hubungan yang bersifat saling mempengaruhi. Pariwisata sebagai suatu fenomena yang terdiri dari berbagai aspek tertentu termasuk kebudayaan yang merupakan salah satu aspek pariwisata. Pengembangan pariwisata di Indonesia bertumpu pada kebudayaan nasional Indonesia. Dampak yang ditimbulkan oleh pariwisata terhadap kebudayaan tidak terlepas dari pola interaksi di antaranya yang cenderung bersifat dinamika dan positif. Dinamika tersebut berkembang, karena kebudayaan memegang peranan yang penting bagi pembangunan berkelanjutan pariwisata. (Geriya, 1996)

Indonesia terdapat banyak sekali daerah yang memiliki sejarahnya masing-masing. Setiap sejarah atau peristiwa memiliki ciri khas yang berbeda di setiap daerahnya, diantaranya Bagansiapiapi.

Bagan Siapiapi sebagai salah satu teritorial Indonesia yang berada di Riau, memiliki berbagai potensi pariwisata yang bisa dikembangkan baik dari aspek budaya atau wilayah. Keberagaman budaya lokal yang dikembangkan di Bagan Siapiapi Kabupaten Rokan Hilir yaitu Ritual Bakar Tongkang, Festival Bagan Siapiapi Heritage, Event Ritual Atib Koambai, Event Cheng Beng/Sembahyang Kubur, dan Bagan Siapiapi Heritage.

Bentuk ritual sering disebut juga dengan bentuk religi, bentuk ritual adalah pengerahan tenaga yang dilakukan secara rutin oleh

sekelompok orang yang diatur oleh hukum masyarakat yang berlaku. Pelaksanaan ritual memiliki aturan dan tata cara yang telah ditentukan oleh masyarakat atau kelompok yang menciptakan ritual tersebut, sehingga setiap ritual memiliki perbedaan, baik dalam hal pelaksanaan maupun pakainya.

Ritual Bakar Tongkang atau yang dikenal dengan “Go Ge Cap Lak” merupakan salah satu kesenian adat masyarakat etnis Tionghoa di Bagansiapiapi, dimana adat tersebut dilaksanakan setiap tanggal 5 bulan “Go” pada tanggal 15 Tionghoa “Cap Lak” setiap waktu.

Bakar Tongkang merupakan Asset wisata daerah yang sudah dilegalkan melalui Peraturan Bupati Rokan Hilir Nomor 106 Tahun 2019. Oleh sebab itu menjadi kewajiban pelaksana event wisata nasional festival bakar tongkang untuk melakukan pengembangan evaluasi kerja terhadap wisata bakar tongkang di bagan siapiapi kabupaten Rokan Hilir. (Arfan, 2016).

Ritual Bakar Tongkang adalah kisah perjuangan pahit orang Tionghoa untuk mencari tempat tinggal yang lebih baik/layak dan juga berakhir di Bagan siapi-api. Para outlander etnis Tionghoa itu berasal dari kontingen Asia, karena bencana atau penahanan kekacauan di negara tersebut. Mereka harus meninggalkan negara itu dan mencari daerah yang lebih aman untuk ditinggali.

Komunitas Tionghoa di Bagansiapiapi sebagian besar merupakan suku Hokkian. Para leluhurnya sebagian besar berasal dari Distrik Tong'an (Tang Ua) di Xiamen, Provinsi Fujian, Tiongkok Selatan. Komunitas Tionghoa lainnya di Bagansiapiapi dengan jumlah cukup signifikan adalah berasal dari

suku Tiociu. Sedangkan dari suku Khek (Hakka), Hailam (Hainan) dan Konghu dapat dijumpai dalam jumlah yang relatif lebih sedikit. Eksistensi komunitas Tionghoa yang kuat di Bagansiapiapi dapat dilihat dari banyaknya kelenteng yang berdiri.

Di samping itu, terdapat berbagai perkumpulan marga Tionghoa, lengkap dengan kelentengnya masing-masing. Perkumpulan-perkumpulan marga inilah yang mendorong kebudayaan Tionghoa tetap terpelihara di Bagansiapiapi, meskipun sempat dibatasi pada masa rezim Orde Baru.

Perkumpulan-perkumpulan marga Tionghoa tersebut di antaranya adalah Perkumpulan Marga Ang Liok Kui Tong/Yayasan Sosial Marga Sad Eka (六桂堂), Perkumpulan Marga Ng Kang Ha Tong/Yayasan Samvara Dharma Wijaya (江夏堂/黃氏宗親會), Perkumpulan Marga Tan Ying Chuan Tong (陳氏穎川堂), Perkumpulan Marga Lim Kiu Ling Tong (九龍堂), Perkumpulan Marga Coa Cei Yong Tong (濟陽堂), Perkumpulan Marga Gui, Perkumpulan Marga Kho/Yayasan Panca Bina Dharma Citra, Perkumpulan Marga Li, Perkumpulan Marga Yeo, Perkumpulan Suku Tiociu Han Kang/Yayasan Mulia Dharma Abadi (韓江公會), dan sebagainya.

Ritual Bakar Tongkang merupakan salah satu komunitas keagamaan bagi masyarakat Tionghoa di Bagansiapiapi. Acara ritual ini dilakukan dengan cara membakar replika tongkang. Budaya ini memang unik dan hanya ada satu di Indonesia dan bahkan di dunia, yaitu di Bagansiapiapi,

Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau. Hal ini dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai magnet wisata masyarakat yang akan berdampak positif bagi perkembangan dan kemajuan daerah asal. Sehingga budaya ini tidak hanya menjadi milik masyarakat Tionghoa di Bagansiapiapi, tetapi sudah menjadi milik masyarakat secara keseluruhan.

Antusiasme masyarakat tionghoa dan non-tionghoa untuk menyaksikan acara ritual ini memang sangat besar, namun sebagian besar dari mereka tidak mengetahui proses, makna dan tujuan dari Ritual Bakar Tongkang ini, mereka hanya datang untuk pembuktian dan menikmati rangkaian acara yang diselenggarakan oleh panitia acara tanpa mengetahui apa yang dimaksud dan tujuan dari acara ritual tersebut.

Selain itu pentingnya event wisata nasional festival bakar tongkang yaitu dengan adanya pelaksanaan event wisata bakar tongkang akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Rokan Hilir, dan untuk memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di masa yang akan datang.

Penyelenggaraan event bakar tongkang tersebut pun memberikan dampak positif maupun negatif terhadap destinasi penyelenggaraan, baik manfaat ekonomi, sosial, maupun budaya. Dari segi manfaat ekonomi seperti meningkatnya perekonomian masyarakat dari sisi transportasi, penginapan, juga oleh-oleh khas Bagan Siapiapi yang dijual masyarakat.

Dan di sisi sosialnya kinerja yang dilakukan pegawai terhadap wisatawan yang berdatangan dengan memberikan pelayanan yang baik. Terakhir pada budaya, meningkatkan

kecintaan budaya yang dimiliki di Kabupaten Rokan Hilir.

A. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka dalam hal ini peneliti merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi pemerintah dalam pelaksanaan promosi wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir?

B. MANFAAT PENELITIAN

Dalam melakukan suatu penelitian baik itu yang bersifat Formal maupun Non-Formal pasti ingin mendapatkan suatu yang bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

1. Bagi mahasiswa dapat mengetahui dan memahami mengenai teori-teori yang menjadi dasar penelitian dari Promosi Event Wisata Bakar Tongkang di Kabupaten Rokan Hilir.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan keilmuan di bidang pariwisata dan budaya, khususnya terkait dengan promosi dan kesejahteraan masyarakat.

C. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pariwisata

Istilah pariwisata (tourism) baru muncul dimasyarakat kira-kira pada abad ke-18, khususnya sesudah

revolusi industri di Inggris. Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (tour) yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal. Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan wisatawan.

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan azas manfaat, kekeluargaan, keadilan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan, serta meningkatkan penempatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas, lebih lanjut youti memberikan batasan tentang penyebaran kata-kata sebagai berikut.

1. Wisata adalah perjalanan (*travel*)
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan (*travellers*)
2. Para wisatawan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan (*travellers*)
3. Pariwisata perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain (*tourist*)
4. Para pariwisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan
5. Kepariwisataan adalah hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata (*tourism*).

2. Wisatawan

Wisatawan adalah pelaku dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk bisa menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa didalam proses menikmati kehidupan dalam perjalanan mereka. Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan baik secara individu maupun kelompok dalam waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk mencari kesenangan rekreasi di objek atau destinasi wisata. Wisatawan berasal dari bahasa Sanskerta wisata yang berarti perjalanan, atau dapat disamakan dengan kata travel dalam bahasa Inggris.

Adapun pengertian wisatawan menurut para ahli lainnya antara lain:

1. Menurut Smith, menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain.
2. Menurut World Tourism Organization (WTO), membagi wisatawan dalam tiga bagian yaitu:
 - a. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu negara lain, dimana ia mempunyai tempat kediaman dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
 - b. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang sama waktu lebih dari 24 jam.
 - c. Darmawisata atau excursionist adalah

pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu alat komunikasi pemasaran. Menurut Liliweri promosi adalah komunikasi yang dirancang untuk mendapatkan tujuan. Promosi dapat dijadikan sebagai alat menyebarluaskan pesan sehingga mau tidak mau harus melibatkan peranan media.

b. Tujuan Promosi

Dalam praktek promosi dapat dilakukan dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Modifikasi Tingkah Laku

Beberapa alasan orang-orang melakukan komunikasi diantaranya: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan, mengemukakan idea atau pendapat, sedangkan promosi berusaha merubah tingkah laku dan pendapat. Penjual selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang atau jasa perusahaan.

2. Memberitahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk. Sebagian orang tidak akan membeli barang atau

jasa sebelum mereka mengetahui barang tersebut dan ada manfaatnya.

3. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk (persuasive) pada umumnya kurang disenangi oleh masyarakat. Namun justru pada kenyataannya sekarang ini yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasive promosi ini terutama diarahkan untuk mendorong pembelian.

4. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat dan yang dilakukan untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan siklus kehidupan produk. Ini berarti pola perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari strategi promosi adalah untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada pembeli. Oleh sebab itu, promosi yang dilakukan oleh para perusahaan dan lembaga yang dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkah pengetahuan dan sikap pembeli.

c. Media Promosi

Berkaitan dengan promosi, maka akan berkaitan dengan berbagai kegiatan dan model yang memiliki berbagai unsur yang dapat dikombinasikan. Dalam kondisi ini dinamakan media promosi (Promotion Mix). Menurut Rambat Lupiyoadi mendefinisikan variabel media promosi, antara lain:

1) Periklanan

- 2) Pemasaran Langsung (Direct Marketing)
- 3) Penjualan Perseorangan
- 4) Pemasaran Interaktif
- 5) Publisitas
- 6) Penjualan Perseorangan
- 7) Hubungan Masyarakat

D. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

2. Metode memuat aturan (regelystem) yang diterapkan dalam kegiatan konstruktif manusia untuk meneliti, menggali ilmu pengetahuan atau mencapai hasil-hasil praktis dari penelitian. Sedangkan penelitian dirumuskan sebagai sebuah pencarian pengetahuan atau penyelidikan sistematis untuk menyusun fakta-fakta. Adapun metodologi yang dilakukan penulis adalah untuk mengkaji penelitian secara mendetail dan lengkap diperlukan suatu pendekatan permasalahan. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini yang sangat dipentingkan adalah kemampuan peneliti dalam menjabarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi guna memperoleh tinggi rendahnya suatu penelitian

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah JL. Bintang No. 99 Bagan Punak Pesisir, Bagan Siapi-api Kab. Rokan Hilir mulai dari tanggal 14 Februari 2024 sampai dengan 15 April 2024.

4. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah objek perolehan data yang didapatkan oleh penulis. Pada penelitian ini penulis mencari sumber data melalui:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau personel yang diteliti dan dapat pula berasal dari lapangan. Data ini dapat diperoleh berupa hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari penelitian didinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir.
- b. Data Sekunder yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan karyawan dan merupakan data pendukung bagi peneliti, yang berupa data yang diambil dari buku dan dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Key Informan

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moelong : 97). Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis menentukan informan penelitian yang dianggap key informan dengan cara purposive sampling. Teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan sengaja dengan pertimbangan tertentu, hanya terkait dengan orang-orang yang dianggap paling tahu tentang permasalahan yang akan peneliti teliti (Sugiyono: 85).

Adapun yang paling mengetahui bagaimana Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir dalam pelaksanaan event kebudayaan Bakar Tongkang adalah Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir.

Dengan demikian peneliti menetapkan yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu 4 informan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau dan 2 orang pengelola event kebudayaan Bakar Tongkang dan 4 orang masyarakat sebagai informan tambahan

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini adalah:

- a. Observasi
- b. Dokumentasi
- c. Wawancara

6. Teknik analisis data Penelitian

Penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan menganalisis penelitian berdasarkan teori-teori yang berhubungan dengan masalah, kemudian data tersebut dikelompokkan dan disusun berdasarkan jenisnya, lalu langkah yang terakhir adalah dengan menarik kesimpulan. Peneliti melakukan teknik analisis data dengan cara berikut ini:

1. Reduksi data adalah cara penyajian data yang awalnya diperoleh dari data yang kasar dari beberapa catatan lapangan, kemudian dipilih-pilih dan disederhanakan. Data ini diperoleh dari teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.
2. Penyajian data, dalam proses ini, tahap selanjutnya yang akan dilakukan peneliti adalah menyusun beberapa data menjadi tersusun dan tertata dengan baik yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan

pengambilan suatu tindakan. Data kualitatif adalah salah satu bagian dari teks naratif dan berkaitan dengan penyajian data.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum

Sejarah Singkat Kabupaten Rokan Hilir

Rokan Hilir merupakan kota pertama kali yang didirikan oleh belanda tepatnya di daerah Tanah Putih, pada tahun yang sama siapa-pi dibuka oleh etnis cina. Pada masa pemerintahan Cina kota Bagan Siapi-api terus berkembang pesat pada tahun 1901 belanda melakukan rotasi area pemerintahan dengan menjadikan Bagan Siapi-Api sebagai pusat pemerintahan dengan menjadikan Kota Bagan Siapi-Api sebagai pusat pemerintahan. Sejak belanda menjadikan kota Bagan Siapi-api sebagai pusat pemerintahan, dampaknya adalah pembangunan disegala sektor terus digalakan diantaranya pembangunan pelabuhan modern terlengkap.

Sejarah Kabupaten Rokan Hilir merupakan sejarah panjang pergulatan anak negeri dikawasan tiga kenegerian; Tanah Putih, Kubu dan Bangko yang eksis pasca invasi Portugis ke kerajaan di sepanjang aliran Sungai Rokan setelah terlebih dahulu menguasai malaka di tahun 1551. Periode sebelumnya, ditandai dengan perkembangan yang terkait dengan lintas perdagangan Laut Malayu di Selat Malaka; sebagaimana terjejak dalam situs pra-Islam Candi Sintong dan Sedinginan,

juga sebuah negeri sebagai Bandar di tepian Muara Rokan yang seperiode dengan kejayaan Melaka sepanjang abad ke-15: Pekaitan. Bahwa perkembangan linear sejarah yang meninggalkan masa Hindu-Budha ini, terutama tiga kenegerian di Hilir Sungai Rokan diyakini juga berkaitan dengan menguatnya penyebaran Islam seperti halnya terlihat di situs kerajaan Batu Hampar yang terletak sekitar 20 km ke hulu dari Bagansiapiapi, yang didirikan oleh seorang ulama asal Aceh.

2. Hasil Penelitian

Pelaksanaan Promosi yang dilakukan dalam Event Bakar Tongkang . Sebagai unsur pelaksana pada bidang promosi pariwisata, Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir melakukan promosi pariwisata dengan menggunakan komunikasi tidak langsung berupa promosi melalui media sosial, khususnya media sosial Instagram dan Youtube. Karena dengan melakukan promosi komunikasi di media sosial Instagram dan Youtube akan lebih efektif, mempermudah dan lebih cepat sampai kepada khalayak ramai.

Dalam melakukan promosi di media sosial Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir mengungkapkan bahwa lebih efisien menggunakan media sosial sebagai media promosi dibandingkan dengan pada saat melakukan promosi di media yang lainnya seperti: media massa dan media cetak.

Promosi juga disebut sebagai bauran komunikasi pemasaran perusahaan merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan

dalam mengkomunikasikan nilai pada pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Bentuk promosi pemasaran efektif dan efisien yang dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah dan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir berdasarkan teori yang disebutkan oleh Phillip Kotler dan Amstrong, yaitu sebagai berikut:

a. Mengidentifikasi Target Audiens

Dalam idenfikasi target audiens pengelola akun Instagram @pariwisata.rohil dengan cara memposting gambar maupun video sesuai dengan perkembangan zaman anak muda sekarang ini dan target yang kami adalah kalangan anak-anak muda, karena pada usia tersebut jiwa keingintahuan dan petualang mereka sedang berada fase tersebut.

b. Menentukan Respon yang Diinginkan

Dalam menentukan respon yang diinginkan, badan promosi pariwisata daerah Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan selalu memberikan informasi terbaru dan selalu mengupdate postingan ataupun storiesnya. Pengelola akun Instagram @pariwisata.rohil juga memberikan Trust dalam informasi yang disampaikan agar para followers semakin menaruh kepercayaan terhadap promosi komunikasi yang disampaikan oleh akun Instagram @pariwisata.rohil sehingga respon yang inginkan bisa tercapai.

c. Perancangan Pesan

Pada saat melakukan perancangan pesan atau saat memberikan Caption pada postingan di akun Instagram @pariwisata.rohil melakukannya tidak jauh berbeda pada saat menentukan respon. Pengelola memberikan Caption

dengan kata-kata yang sopan dan terkadang juga menaruh kata-kata motivasi sebagai Caption atau memberikan informasi yang sesuai dengan kebenaran yang ada.

d. Memilih Media

Dalam memilih media Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir menggunakan saluran komunikasi pribadi. Dimana saluran komunikasi pribadi yang digunakan seperti pada saat melakukan promosi komunikasi melalui media sosial Instagram yang dimana pengelola akun Instagram @pariwisata.rohil bisa berkomunikasi dengan para followers atau yang belum mengikuti akun Instagram @pariwisata.rohil dengan cara Direct Message (DM) yang disediakan oleh Instagram.

Bentuk promosi wisata yang dilakukan oleh badan promosi pariwisata daerah Kabupaten Rokan Hilir melalui media sosial instagram pihak pengelola mempromosikannya dengan menggunakan fitur Instagram yang telah disediakan oleh Instagram tersebut.

Di dalam promosi terdapat komunikasi yang harus dibangun oleh pihak produsen kepada para konsumennya. Sebab dengan membangun komunikasi yang jelas dan baik, akan memberikan pengaruh yang positif antara kedua belah pihak dalam rangka membangun saling kepercayaan tanpa ada rasa curiga satu dengan yang lainnya. Adapun dalam tujuan-tujuan dalam promosi, yaitu sebagai berikut:

1. Modifikasi Tingkah Laku

Agar mencapai hasil yang positif dan respon yang baik dalam proses promosi, maka para pengusaha atau perusahaan harus menciptakan persamaan kepentingan dengan para konsumen atau khalayak dalam proses melakukan promosi di media.

Dalam hal ini, Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan cara memberikan edukasi kepada para followers untuk selalu menerapkan protokol kesehatan seperti 5 M, yaitu memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menghindari kerumunan, dan mengurangi mobilitas. Dengan selalu menerapkan protokol kesehatan para wisatawan dan followers dapat melakukan kegiatan berwisata dengan aman dan nyaman.

2. Memberitahu

Tujuan dari memberitahu para followers adalah akan terciptanya di dalam benak para followers atau wisatawan dengan icon yang diberitahukan dan dipromosikan pada media sosial. Sehingga akan ada ketertarikan bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Bagan Siapi-Api Rokan Hilir dengan memberitahu adanya event wisata Bakar Tongkang.

Dalam wawancara peneliti Badan Promosi Daerah Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan cara, memberikan berita yang baik atau Positif News kepada calon wisatawan yang akan berkunjung bahwa segala unsur yang berada dalam sektor pariwisata seperti:

Pelabuhan, Hotel, Restaurant, Destinasi Wisata, Oleh-Oleh dan unsur-unsur lainnya sudah siap dan sudah mendapatkan sertifikat CHSE, yaitu Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan) dari kementerian pariwisata yang di akomodir oleh Dinas Pariwisata Prov. Riau.

3. Membujuk

Adapun dalam membujuk wisatawan, Badan Promosi Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan menyuguhkan atau memberikan postingan-postingan di media social seperti Instagram, Facebook Youtube

berupa video atau foto yang memperlihatkan spot-spot destinasi yang populer dan menarik di Kabupaten Rokan Hilir Khususnya di Kecamatan Bangko Bagan Siapi-Api dan memberikan Special Price dari para industri yang ada pada sektor pariwisata.

4. Mengingatnkan

Supaya tujuan promosi dapat tercapai sesuai dengan harapan Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan selalu mengingatnkan para masyarakat atau wisatawan dengan cara selalu memberikan Trust atau kepercayaan kepada para wisatawan bahwa memang Kabupaten Rokan Hilir memang benar-benar aman dan siap untuk dikunjungi oleh para wisatawan dengan berbagai objek wisatanya terutama event wisata Bakar Tongkang.

5. Menentukan Media Promosi Komunikasi yang Tepat

Media Promosi Komunikasi yang digunakan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Rokan Hilir sesuai dengan teori yang disebutkan menurut Rambat Lupiyoadi, yaitu sebagai berikut:

a. Periklanan (*advertising*)

Dalam melakukan promosi melalui media periklanan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan cara bekerja sama dengan beberapa media sosial lainnya, salah satu akun media sosial yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir yaitu akun Instagram @pariwisata.riau. Dan akun instagram @p2dcrohil dan juga bekerja sama dengan Angkasa Pura II untuk menayangkan film dan video tentang destinasi wisata yang ada di Rokan Hilir

dengan tema “Bakar Tongkang” di bandara yang ada di Provinsi Riau yang bekerja sama dengan perusahaan Angkasa Pura. Selain bandara, Badan Promosi Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir juga beriklan di Televisi Lokal yang ada di Riau.

b. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir dalam menarik minat wisatawan adalah dengan selalu mengadakan event Bakar Tongkang setiap tahunnya. Dengan mempromosikannya menggunakan media sosial dan juga brosur/koran.

c. Penjual Perorangan (*personal selling*)

Tidak jauh beda dengan pemasaran langsung Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan bekerja sama atau melibatkan beberapa Travel Agent dan Perhotelan dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Rokan Hilir kepada para pengunjung mereka.

d. Hubungan Masyarakat (*public relation*)

Dalam membangun hubungan dengan masyarakat dan para wisatawan di media sosial Instagram Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir tentunya dengan mengikuti perkembangan yang ada di kalangan milenial dan dunia pariwisata pada umumnya. Dari ketujuh jenis media promosi yang disebutkan oleh Rambat Lupiyoadi yang

sesuai dengan judul penelitian saat ini adalah hubungan masyarakat yang dimana dalam melakukan promosi, maka Dinas Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir harus membangun hubungan dengan masyarakat atau para wisatawan karena sangat penting dalam melakukan promosi untuk membangun hubungan masyarakat supaya saat promosi wisata dilakukan para wisatawan akan lebih percaya dan akan merasa akrab dengan akun media promosi wisata tersebut yang diikutinya sehingga promosi wisata tersebut sesuai dengan target yang ingin dicapai, yaitu meningkatkan jumlah wisatan di daerah Rokan Hilir dan memperkenalkan objek-objek wisata lainnya.

e. Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

Untuk Pemasaran langsung Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir melakukannya dengan cara membuka Table Talk, ikut serta melakukan Bazar yang diselenggarakan di Malaysia, Korea, Jepang dan beberapa Negara di Asia.

3. Pembahasan

Hasil wawancara dengan sepuluh orang informan yang salah satunya merupakan kepala dinas pariwisata kepemudaan dan olahraga kabupaten rokan hilir.. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti memutuskan untuk menggunakan

metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dikarenakan metode kualitatif menawarkan keunggulan yang signifikan dalam memahami pelaksanaan promosi pariwisata. Dimana hasil dari penelitian ini menghasilkan media promosi yang digunakan yaitu dengan pengelompokan “Periklanan”, “Promosi Penjualan”, “Penjualan Perorangan”, “Hubungan Masyarakat” dan “Pemasaran Langsung”.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan dalam penelitian yang berjudul “Pelaksanaan Promosi pada Event Wisata Bakar Tongkang” dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. Industri pendukung pariwisata harus dilibatkan untuk memastikan wisatawan di Bagansiapiapi mendapatkan pengalaman unik dan otentik tidak hanya dari festival Bakar Tongkang. Misalnya dengan pertunjukan seni, hiburan, fasilitas rekreasi, kuliner, penginapan, kerajinan tangan, bisnis souvenir, agen perjalanan, dan jasa kepariwisataan lainnya.
2. Akademisi perlu melibatkan diri secara lebih intensif dalam melakukan sinergi ekosistem. Event wisata Bakar Tongkang ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperkenalkan dan memasarkan produk lokal dan produk kreatif masyarakat serta destinasi wisata potensial lainnya.
3. Akademisi dan pemerintah daerah harus memetakan jenis-jenis keterampilan sumber daya manusia yang harus dimiliki destinasi wisata untuk mendukung terciptanya destinasi yang memiliki keunikan dan kekhasan dalam mewujudkan daya saing destinasi. Strategi pengelolaan dan pemasaran pariwisata

telah menjangkau wisatawan lokal dan mancanegara.

4. Strategi promosi perlu dilakukan lebih intensif agar informasi penyelenggaraan event wisata budaya nasional Tradisi Bakar Tongkang dapat menjangkau wisatawan yang bertujuan untuk mempelajari nilai-nilai budaya dan menemukan sensasi keaslian dari filosofi pelaksanaan tradisi budaya ini.

5. Peran media sebagai katalisator komunikasi dan informasi antar pemangku kepentingan untuk mendorong pengembangan potensi destinasi wisata di Rokan Hilir sebagai pendukung wisata budaya Bakar Tongkang Bagansiapiapi. Selain itu, media secara optimal perlu membangun brand awareness dan brand positioning berbagai destinasi wisata di Bagansiapiapi Kabupaten Rokan Hilir.

G. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas penulis memberikan saran kepada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Rokan Hilir sebagai berikut:

1. Diharapkan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga lebih matang dan strategis dalam melakukan perencanaan promosi pada setiap objek wisata yang ada.

2. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga harus lebih mengoptimalkan fungsi dari media sosial untuk alternatif kegiatan promosi agar mudah dan cepat sampai kepada khalayak ramai.

3. Lebih aktif dan disarankan memiliki media sosial masing-masing pada setiap objek wisata yang ada agar lebih mudah ditangkap oleh masyarakat dan mengemas kegiatan promosi tersebut secara menarik sehingga membuat masyarakat setempat bahkan masyarakat luar tertarik untuk berkunjung.

4. Melakukan komunikasi efektif dan bekerjasama yang baik dengan pelaku usaha pariwisata untuk membantu kegiatan promosi.

5. Segera melakukan inovasi-inovasi pada setiap objek wisata baik itu objek wisata yang sudah ada maupun objek wisata yang baru berkembang.

H. DAFTAR PUSTAKA

A.J, Muljadi. 2012. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Agus Sukoco, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Kebun Buah Mangunan, (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Yogyakarta, Yogyakarta,2017.

Afrizal. Metode Penelitian Kualitatif. 2015. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Chang, William. 2014. Metodologi Penulisan esai, kripsi, tesis dan disertai untuk mahasiswa. Jakarta. Erlangga.

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga. 2010. Revisi rencana strategis dinas pariwisata kepemudaan dan olahraga. Kabupaten Rokan Hilir

Drs. H. Surya Arfan, M.Si, Profil Daerah Sejarah Kabupaten Rokan Hilir & BakarTongkang (Bagansiapiapi Tahun 2016), hlm 14-22

- Eka Arumningtyas Fransiska Rosalia. 2019 Strategi Komunikasi Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Lampung Dalam Promosi Pariwisata Di Provinsi Lampung. Bandar Lampung: Skripsi. FKIP. Universitas Lampung.
- Fadillah Ikhsan.2020. Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Destinasi Wisata Di Provinsi Sulawesi Selatan Makasar: FISIP. Universitas Muhammadiyah
- Gusti Rahayu Riza. 2017. Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Pekanbaru Dalam Mempromosikan Wisata MICE. Pekanbaru: Skripsi.Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.
- Putro Prasetyo. Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan. 2013.vol 1.No.1.
- Rindo Bagus Sanjaya. Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang.2018.vol.05.No.01
- Surya Arfan. 2016. Sejarah Kabupaten Rokan Hilir dan Bakar Tongkang. Soreram Media Bekerjasama dengan Yayasan Multi Marga Bagan Siapiapi dan Pemerintah Kabupaten Rokan Hilir. Swarbrooke. (1996).
- Tiano Pras. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Mempromosikan Objek Wisata Pua Jemur Di Rokan Hilir.Volume 2 No- Oktober 2015