

# PROMOSI DIGITAL OBJEK CAGAR BUDAYA ISTANA RAJA ROKAN DI KECAMATAN ROKAN IV KOTO KABUPATEN ROKAN HULU

Oleh: Resty Adhithia

Pembimbing: Andri Sulistyani

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

Kecamatan Rokan IV Koto merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hulu yang cukup terkenal karena memiliki beberapa objek wisata yang berpotensi menjadi destinasi terutama bagi masyarakat Kabupaten Rokan Hulu. Salah satu destinasi yang ada di Kecamatan Rokan IV Koto ialah Istana Raja Rokan tepatnya di Desa Koto Ruang. Istana Raja Rokan merupakan salah satu objek wisata cagar budaya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Rokan Hulu. Namun, Promosi Digital objek wisata ini masih terbatas dan belum efektif, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pelaksanaan promosi melalui media digital yang digunakan oleh pihak pengelola dan pihak Desa Koto Ruang, selain itu bertujuan untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh pihak pengelola. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka dan dokumentasi dengan menggunakan informan kunci dan pendukung sebagai sumber informasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi digital di objek wisata Cagar Budaya Istana Raja Rokan masih banyak yang harus dibenahi terutama dalam bidang menaikkan *view* melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*. Hal tersebut dibuktikan pada pelaksanaan promosi digital yang tidak berjalan sebagaimana mestinya pada pengelolaan objek wisata tersebut. Selain itu, pihak pengelola harus lebih meningkatkan partisipasi masyarakat serta pemuda setempat.

**Kata Kunci:** Istana Raja Rokan, Promosi Digital, Kecamatan Rokan IV Koto

## ABSTRACT

*Rokan IV Koto District is one of the districts in Rokan Hulu Regency which is quite well-known because it has several tourist attractions that have the potential to become destinations, especially for the people of Rokan Hulu Regency. One of the destinations in Rokan IV Koto District is the King Rokan Palace, precisely in Koto Ruang Village. The King Rokan Palace is one of the cultural heritage tourist attractions that has great potential to be developed as a leading tourist destination in Rokan Hulu Regency. However, the Digital Promotion of this tourist attraction is still limited and ineffective, this study aims to see how the implementation of promotion through digital media is used by the management and Koto Ruang Village, in addition to aiming to find out what obstacles are faced by the management. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observations, and literature studies*

*and documentation using key informants and supporters as sources of data information. The results of this study indicate that the implementation of digital promotion at the King Rokan Palace Cultural Heritage tourist attraction still has a lot to be fixed, especially in the field of increasing views through social media such as Facebook and Instagram. This is evidenced by the implementation of digital promotion that does not run as it should in the management of the tourist attraction. In addition, the management must increase the participation of the local community and youth.*

**Keywords:** *Raja Rokan Palace, Digital Promotion, Rokan IV Koto District*

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri modern yang memiliki peranan strategis dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Peranannya mencakup penciptaan lapangan kerja yang luas, peningkatan pendapatan masyarakat lokal secara langsung, serta menjadi katalis penting bagi perkembangan sektor-sektor ekonomi lainnya seperti transportasi, perhotelan, kuliner, dan kerajinan tangan (Wahab, 2003).

Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat luar biasa, sehingga menjadikannya salah satu negara dengan potensi pariwisata terbesar di dunia. Keanekaragaman hayati yang melimpah serta keindahan alam yang tersebar di seluruh wilayah nusantara telah dimanfaatkan secara optimal sebagai daya tarik wisata yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Qory & Adinda, 2017). Salah satu tren pariwisata yang menunjukkan perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir adalah wisata budaya.

Setiap daerah di Indonesia memiliki karakteristik budaya yang khas dan menjadi kekuatan tersendiri dalam menarik wisatawan. Salah satu contohnya adalah Kabupaten Rokan Hulu di Provinsi Riau, yang dikenal

dengan kekayaan budaya dan potensinya dalam sektor pariwisata. Berdasarkan data yang dihimpun, terdapat setidaknya 67 potensi wisata yang tersebar di berbagai desa di kabupaten ini (Nursanti, 2019). Potensi tersebut mencakup berbagai jenis wisata, mulai dari wisata alam, sejarah, cagar budaya, religi, hingga wisata minat khusus. Untuk memaksimalkan kontribusinya terhadap pembangunan daerah, pengembangan pariwisata di Rokan Hulu perlu dilakukan secara sistematis, terintegrasi, dan berkelanjutan, dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal dan mempertimbangkan aspek kelestarian budaya serta lingkungan.

Istana Raja Rokan merupakan salah satu destinasi wisata budaya yang memiliki nilai historis penting di Provinsi Riau. Terletak di wilayah Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu, bangunan ini telah ditetapkan sebagai cagar budaya dan menjadi bagian dari upaya pelestarian warisan sejarah lokal. Istana ini merupakan peninggalan Kesultanan Nagari Tuo, salah satu kerajaan Islam yang pernah berkuasa di kawasan Rokan Hulu, dan hingga kini tetap menjadi simbol kebesaran masa lalu serta identitas budaya masyarakat setempat.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan**  
**Istana Raja Rokan 2019-2023**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
1	2019	877
2	2020	-
3	2021	-
4	2022	1.477
5	2023	811
6	2024	1003

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Rokan Hulu Tahun 2023)

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 2, terlihat bahwa kunjungan wisatawan ke Istana Raja Rokan mengalami fluktuasi selama periode tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, jumlah wisatawan yang tercatat mencapai 877 orang. Namun, pada tahun 2020 dan 2021 tidak tercatat adanya aktivitas kunjungan karena pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas masyarakat secara signifikan, sehingga berdampak langsung pada sektor pariwisata, termasuk kunjungan ke situs-situs budaya seperti Istana Raja Rokan. Jumlah pengunjung kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2022, yaitu mencapai 1.477 orang, mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap wisata budaya pasca-pandemi. Pada tahun 2023 jumlah kunjungan kembali menurun menjadi 811 orang, akan tetapi pada tahun 2024 jumlah pengunjung mengalami kenaikan kembali menjadi 1003 orang. Kondisi ini mencerminkan perlunya kolaborasi aktif dan perhatian serius dari berbagai pihak, terutama dari Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Tanjung Pinang, dalam mendukung promosi digital Istana Raja Rokan sebagai salah satu warisan sejarah

yang memiliki nilai budaya tinggi dan potensi wisata yang menjanjikan.

Hingga saat ini, pengunjung Istana Raja Rokan masih didominasi oleh wisatawan domestik, sementara wisatawan mancanegara belum tampak dalam data kunjungan yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi pada tingkat internasional masih belum optimal dan perlu ditingkatkan agar situs ini dapat dikenal lebih luas di kancah global.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pelaksanaan promosi digital yang dilakukan oleh pihak pengelola terhadap objek wisata cagar budaya Istana Raja Rokan yang terletak di Kecamatan Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu?
2. Apa saja bentuk kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi digital yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata cagar budaya Istana Raja Rokan di Kecamatan Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas yaitu hanya mengenai pelaksanaan promosi digital yang dilakukan oleh pihak pengelola terhadap objek wisata cagar budaya Istana Raja Rokan Kabupaten Rokan Hulu.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan pelaksanaan promosi digital yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Istana Raja Rokan Kecamatan Rokan IV Koto Kabupaten Rokan Hulu.
2. Mengidentifikasi berbagai

kendala yang dihadapi oleh pihak pengelola objek wisata cagar budaya Istana Raja Rokan Kecamatan Rokan IV Koto Kabupaten Rokan Hulu dalam proses promosi tersebut.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai promosi digital objek wisata cagar budaya Istana Raja Rokan Kecamatan Rokan IV Koto Kabupaten Rokan Hulu.
2. Bagi akademisi, penelitian ini menjadi referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan informasi terkait promosi digital objek wisata.
3. Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Rokan Hulu, Pemerintah Desa Koto Ruang, dan masyarakat sekitar, penelitian ini berfungsi sebagai sumber informasi dan masukan untuk meningkatkan promosi digital Istana Raja Rokan, guna memperbaiki perekonomian lokal, melestarikan budaya, serta memperkenalkan sejarah daerah hingga tingkat internasional.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pariwisata**

Secara umum, pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan sementara yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain, bukan untuk tujuan mencari penghasilan, melainkan untuk rekreasi, relaksasi, atau kepuasan pribadi. Aktivitas ini bersifat sukarela dan biasanya berkaitan erat dengan upaya penyegaran baik secara fisik maupun mental setelah menjalani rutinitas harian.

Menurut Kurt Morgenroth dalam Fajri (2016), pariwisata menggambarkan tindakan seseorang meninggalkan tempat tinggalnya untuk menjadi konsumen terhadap

produk-produk budaya, sosial, dan ekonomi yang terdapat di daerah tujuan, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan maupun keinginan pribadi. Pandangan ini menegaskan bahwa pariwisata tidak hanya berkaitan dengan mobilitas atau perjalanan fisik semata, melainkan juga melibatkan proses konsumsi pengalaman budaya dan terjadinya interaksi sosial yang bermakna antara wisatawan dengan masyarakat lokal di destinasi yang dikunjungi.

### **2.2 Objek Wisata**

Objek wisata merujuk pada suatu hal atau tempat yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dan mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi mereka. Daya tarik ini dapat berupa kondisi alam yang mempesona, unsur budaya yang khas, berbagai kegiatan wisata yang menarik, maupun bentuk hiburan lain yang disediakan di lokasi tersebut. Karakteristik utama dari objek wisata adalah sifatnya yang statis, artinya tidak bisa dipindahkan ke tempat lain—sehingga wisatawan harus datang langsung ke lokasi untuk menikmati daya tarik yang ditawarkan. Oleh karena itu, partisipasi aktif dari pengunjung menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang utuh dan berkesan (Wardiyanta, 2010).

### **2.3 Pelaksanaan Promosi**

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2008), promosi dapat diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi satu arah yang bertujuan untuk mempengaruhi individu atau kelompok agar melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan proses pertukaran dalam kegiatan pemasaran. Promosi ini merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan permintaan terhadap suatu produk

atau layanan, serta membentuk persepsi positif di benak konsumen terhadap apa yang ditawarkan oleh produsen atau pelaku usaha.

## 2.4 Digital Marketing

Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini telah menjadi bagian penting dalam pasar modern dan sering disebut sebagai teknologi gelombang baru (*new wave technology*). Kotler menjelaskan bahwa teknologi ini memungkinkan terjadinya konektivitas dan interaksi secara langsung antara individu maupun kelompok, baik dalam ranah sosial, bisnis, maupun komunikasi personal. Dalam kerangka tersebut, pemasaran digital (*digital marketing*) dipahami sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan saluran distribusi berbasis teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif, personal, dan hemat biaya (Satyo, 2009). Proses pemasaran dilakukan secara menyeluruh melalui pemanfaatan perangkat digital, mulai dari promosi produk, sistem pembayaran, hingga pengiriman, sehingga membentuk ekosistem pemasaran yang terintegrasi, cepat, serta adaptif terhadap dinamika dan perubahan kebutuhan pasar.

## 2.5 Bentuk-bentuk Promosi

### 1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan strategis dalam upaya mencapai tujuan pemasaran barang maupun jasa, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Aktivitas ini bertujuan untuk membangun kesadaran, menarik perhatian, serta membujuk konsumen agar tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan.

### 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan promosi yang bertujuan untuk mendorong konsumen atau penerima pesan agar segera melakukan tindakan pembelian. Promosi ini dirancang dengan strategi yang memperhitungkan bahwa produk barang atau jasa dapat terjual dalam waktu yang relatif singkat.

### 3) Publikasi (*Publicity*)

Publisitas merupakan bentuk respon positif yang meluas dari masyarakat, berupa informasi atau publikasi yang disebarakan melalui berbagai media mengenai aktivitas dan kegiatan perusahaan yang dianggap layak dan penting untuk diketahui oleh publik. Dalam konteks promosi, publisitas menjadi bagian dari strategi hubungan masyarakat (*public relations*) yang bertujuan membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat.

## 2.6 Cagar Budaya

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010, cagar budaya diartikan sebagai warisan budaya berwujud fisik yang meliputi benda, bangunan, struktur, situs, dan kawasan yang berada di darat maupun di perairan. Warisan tersebut dianggap memiliki nilai penting bagi perkembangan sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, serta kebudayaan, sehingga keberadaannya perlu dilindungi dan dilestarikan melalui proses penetapan resmi.

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui keterlibatan langsung peneliti dalam kehidupan sehari-hari subjek yang

diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih holistik dan kontekstual dengan cara membangun interaksi yang alami antara peneliti dan informan.

### **3.2 Waktu & Lokasi Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, menyeluruh, dan akurat mengenai topik yang dikaji, serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan pengamatan langsung di lapangan. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Koto Ruang yang terletak di Kecamatan Rokan IV Koto, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau. Adapun pelaksanaan penelitian ini berlangsung pada bulan November.

### **3.3 Key Informan**

key informan adalah sosok yang memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memberikan data atau keterangan yang dibutuhkan peneliti dalam menjawab fokus dan tujuan penelitian.

Adapun yang menjadi key informan dalam penelitian ini yaitu :

1. Kaur Perencanaan Desa Rokan Koto Ruang
2. Pemangku Adat sekaligus pengelola objek wisata Istana Raja Rokan

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Menurut pendapat Sumarsono (2004), data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau sumber asli, tanpa melalui perantara atau pihak ketiga. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung melalui teknik wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara tatap muka kepada pihak-pihak yang memiliki relevansi terhadap topik

yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan sejumlah informan kunci, antara lain Kaur perencanaan Desa Koto Ruang dan tokoh adat yang memiliki pengetahuan mendalam tentang budaya dan sejarah lokal.

#### **2. Data Sekunder**

Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber utama, melainkan melalui pihak lain atau dokumen tertentu. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti Undang-Undang Ketenagakerjaan, buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan topik mengenai sistem pengendalian internal dan prosedur penggajian dalam rangka mendukung efisiensi biaya tenaga kerja. Selain itu, data sekunder juga mencakup informasi yang telah diolah sebelumnya oleh Kelompok Sadar Wisata Budaya Istana Raja Rokan, seperti arsip dan dokumen terkait, serta berbagai sumber tambahan dari buku dan internet

yang digunakan untuk melengkapi serta memperkuat data primer dalam penelitian ini.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui metode observasi langsung terhadap kondisi faktual objek wisata, yaitu Cagar Budaya Istana Raja Rokan. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang relevan terkait dengan penerapan strategi promosi digital yang digunakan oleh pihak pengelola.

#### **2. Wawancara**

Menurut Bungin (2005), wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara

peneliti dengan responden, biasanya dilakukan dengan bertatap muka, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam pengertian lain, wawancara adalah bentuk komunikasi lisan yang memungkinkan peneliti menyampaikan pertanyaan secara langsung kepada subjek penelitian, dan mendapatkan jawaban secara langsung pula.

### **3. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2020), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui berbagai catatan peristiwa, seperti tulisan, foto, video, atau arsip penting dari individu maupun lembaga. Teknik ini berfungsi untuk memperkuat dan melengkapi data dari observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto-foto, data visual, serta dokumen yang berkaitan dengan Cagar Budaya Istana Raja Rokan di Kabupaten Rokan Hulu.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2016), analisis data adalah suatu proses mengelompokkan dan mengurutkan data berdasarkan aturan tertentu agar hasil yang diperoleh sesuai dengan data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Spradley menjelaskan bahwa analisis data dalam penelitian merupakan suatu cara berpikir yang terkait dengan pengujian secara sistematis untuk memahami bagian – bagian, hubungan antar bagian serta keterkaitan dengan keseluruhan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Gambaran Umum Objek Wisata Cagar Budaya Istana Raja Rokan Di Desa Rokan Koto Ruang Kecamatan Rokan IV Koto Kabupaten Rokan hulu

Istana Rokan adalah warisan budaya Kerajaan Rokan, kerajaan Islam yang pernah berkuasa di Rokan Hulu. Dibangun sekitar abad ke-18, istana ini menampilkan arsitektur khas Melayu Rokan dengan ukiran naga dan motif flora. Di sekitarnya terdapat permukiman dari berbagai suku seperti Melayu, Bendang, Patapang, Maeh, Mandailing, dan Caniago.

Bangunan kayu ini berbentuk rumah panggung tiga tingkat, ditopang oleh 18 tiang besar, dan dikelilingi pagar. Desainnya mirip rumah adat Minangkabau, namun dengan lengkungan gonjong yang lebih rendah. Tiga tangga kayu menuju pintu masuk dihiasi ukiran sulur. Tiang-tiang depan juga memiliki hiasan berbentuk kuncup bunga melati. Lantai pertama memiliki dua ruang utama, dua kamar kecil, dan 11 jendela, dengan tinggi ruang 3,1 meter. Lantai kedua adalah ruang terbuka tanpa dinding dan jendela, hanya beratap seng dengan pencahayaan dari atap transparan.

### **4.1.1 Sejarah Desa Rokan Koto Ruang Kecamatan Rokan IV Koto**

Desa Rokan Koto Ruang awalnya merupakan bagian dari Kenegerian Rokan yang dipimpin oleh seorang Wali Nagari, kemudian menjadi Kelurahan Rokan. Karena pertumbuhan penduduk dan luas wilayah, pada tahun 2003 dilakukan pemekaran dan terbentuklah Desa Rokan Koto Ruang yang terdiri dari tiga dusun: Simpang Kampung Baru, Simpang Empat, dan Kampung Tinggi.

Nama desa ini berasal dari kata “Rokan” (nama pohon gokan yang tumbuh di sekitar Sungai Rokan), “Koto” (kampung), dan “Ruang” (tempat berkumpul). Wilayah ini dulunya pusat pemerintahan

Kerajaan Rokan, dibuktikan dengan masih berdirinya istana kerajaan dan parit pertahanan. Sejak menjadi desa definitif, berbagai kemajuan dicapai, seperti pembukaan kembali lahan sawah, pembangunan jalan desa, dan kawasan permukiman baru Pancuran Gading. Desa ini kaya sumber daya alam, dengan potensi di bidang pertanian, perkebunan, pertambangan, dan pengairan. Komoditas utamanya meliputi kelapa sawit, karet, jeruk, batu bara, dan batu kapur.

#### **4.1 Jarak Tempuh Menuju Desa Rokan Koto Ruang Kecamatan Rokan IV Koto**

Akses jalan menuju Desa Rokan Koto Ruang sudah tergolong baik dan kondisi jalannya relatif mulus serta jarang ditemukan kerusakan atau lubang, karena seluruh ruas jalan menuju desa tersebut telah diaspal dengan baik. Jalur ini juga dapat dilalui oleh berbagai jenis kendaraan, baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Adapun jarak tempuh dari pusat kota Pasir Pengaraian ke Desa Rokan Koto Ruang membutuhkan waktu sekitar dua jam perjalanan dengan kendaraan bermotor, tergantung pada kondisi lalu lintas dan cuaca.

#### **4.3 Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital Istana Raja Rokan telah dilakukan oleh pengelola melalui media sosial, khususnya Facebook dan Instagram. Konten yang dibagikan berupa foto, informasi sejarah istana, serta kegiatan kebudayaan yang diadakan di lokasi tersebut. Promosi ini cukup membantu meningkatkan visibilitas objek wisata, meskipun belum sepenuhnya mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Beberapa kendala utama dalam pelaksanaan promosi digital di antaranya:

keterbatasan sumber daya manusia yang menguasai teknologi digital, minimnya fasilitas internet di kawasan wisata, serta anggaran yang masih terbatas untuk mendukung kegiatan promosi secara konsisten. Faktor lain adalah rendahnya kolaborasi antara pengelola lokal dengan Dinas Pariwisata, sehingga strategi promosi belum terkoordinasi secara optimal.

Secara umum, promosi digital yang dilakukan sudah sejalan dengan teori pemasaran pariwisata modern yang menekankan pada penggunaan teknologi informasi untuk menjangkau wisatawan secara lebih efisien. Namun, penelitian ini menegaskan perlunya strategi yang lebih terintegrasi, termasuk peningkatan kapasitas SDM, penyediaan infrastruktur internet yang memadai, serta dukungan kebijakan dari pemerintah daerah. Dengan langkah tersebut, promosi digital diharapkan dapat lebih efektif meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat posisi Istana Raja Rokan sebagai destinasi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

1. Promosi digital yang dilakukan di Desa Rokan Koto Ruang, Kabupaten Rokan IV Koto, oleh pihak pengelola Istana Raja Rokan didominasi melalui pemanfaatan platform media sosial, terutama Facebook dan Instagram. Hal ini terlihat dari keseluruhan aktivitas promosi yang secara konsisten menggunakan kedua platform tersebut sebagai jalur utama penyebaran informasi. Selain karena Facebook dan Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan saat ini, penggunaan keduanya juga

dianggap lebih praktis dan efisien oleh pengelola dalam hal pengunggahan konten promosi. Berdasarkan hasil penelitian, pengunjung mengetahui

2. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pihak pengelola adalah kurangnya pemahaman tentang strategi untuk meningkatkan jumlah tayangan (*view*) konten di media sosial. Hambatan ini diperparah oleh minimnya keterlibatan atau partisipasi dari kalangan pemuda setempat dalam membantu memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata Istana Raja Rokan kepada masyarakat luas.

## 5.2 Saran

1. Mengadakan pelatihan dan workshop bagi pemuda desa untuk meningkatkan partisipasi dalam promosi dan pemeliharaan objek wisata.
2. Menyusun strategi promosi jangka panjang dengan perencanaan konten yang teratur dan konsisten.
3. Memproduksi konten promosi yang beragam dan berkualitas tinggi, seperti foto dan video, untuk menarik lebih banyak pengunjung.
4. Melibatkan komunitas lokal, termasuk warga desa, dalam kegiatan promosi dan pemeliharaan objek wisata.
5. Mengoptimalkan media sosial dengan fitur promosi seperti iklan berbayar dan kerja sama dengan influencer lokal.
6. Melakukan evaluasi rutin terhadap strategi promosi dan kinerja pengelolaan untuk perbaikan berkelanjutan.
7. Menyediakan mekanisme umpan balik dari pengunjung untuk

keberadaan objek wisata Istana Raja Rokan melalui unggahan atau postingan yang dibagikan oleh teman-teman mereka di media sosial sehingga memperoleh masukan langsung terkait efektivitas promosi dan pengelolaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab, Solichin. 2008. Analisis Kebijakan Negara Edisi Kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Adisasmita, R. (2010). Manajemen Pemerintah Daerah. Yogyakarta: Graha Ilmu. Alfabeta, Bandung
- Alwasilah, A. Chaedar. (2006). Pokoknya Kualitatif. Jakarta : Pustaka Jaya. Arikunto, S. (2002). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bharuna S, A. A. (2009). Pola Perencanaan Dan Strategi Pembangunan Wisata Alam Berkelanjutan Serta Berwawasan Lingkungan. Bumi Lestari, Vol 9 No. 1.
- Bungin, Burhan. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Prenadamedia.
- Fajri, K. (2016, November 11). Pengertian Pariwisata, Jenis - Jenis dan Macam - Macam serta Sarana dan Prasarannya. Retrieved April 11, 2018.
- Fandeli, C. (2012). Bisnis Konservasi Pendekatan Baru dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. 2020.

- “Teknik Analisis SWOT”. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Gamal, Suwanto. 2002. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Hu, W. & Wall, G. (2005). Environmental management, environmental image and the competitive tourist attraction. *Journal of Sustainable Tourism*, 617-635.
- Kodhyat, H. 1998. Sejarah Pariwisata Dan Perkembangannya Di Indonesia. Jakarta: Grasindo.
- Marpaung, H. B. (2002). Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta. Marpaung,
- Happy 2002. Pengetahuan Kepariwisata. Bandung : Alfabeta.
- Nursanti dan Adriadi A. 2019. Studi komposisi vegetasi dasar di kawasan taman hutan raya sultan thaha saifuddin. *Media Konservasi*. 24 (1): 85-93.
- Nursanti, 2019. Komunikasi Partisipatif Kelompok Sadar Wisata The Caretaker Dalam Mengembangkan Wisata Samudra Awan Bukit Suligi di Rokan Hulu, Universitas Riau, *JOM FISIP Vol.6: Edisi II*
- Priyanto, & Safitri, D. 2016. “Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah”. *Jurnal Vokasi Indonesia*. *Vokasi Indonesia*, 4(1), 6-84
- Putri Rifda Shoffya, & Mimin Sundari. 2024. “Pengelolaan Situs Cagar Budaya Istana Raja Rokan dan Rumah Hulubalang Kabupaten Rokan Hulu”. Universitas Riau. Qory, Adinda, Dadang. M. (2017). Strategi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam Mengembangkan Desa Wisata Di Pekanbaru. *Jom Fisip*.
- Rafika Hayati, 2014. Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Wisata Warisan Budaya Di Kota Makassar, Universitas Udayana, *JUMPA, Vol. 01*
- Ridwan, 2012. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta. Softmedia.
- Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) Prinsip Dasar dan Pengembangannya. PT Raja Grafindo Persada.
- Sedyawati, Edi. 2008. KeIndonesiaan Dalam Budaya. Jakarta: Wedatama Widya Sasatra.
- Soebagyo. 2012. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*. 1(2)
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. 2004. “Data Primer adalah data dimana diperoleh secara langsung dari objek penelitian”, (2004;69).
- Wardiyanta. (2010). Metode Penelitian Pariwisata. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Yoeti, O. A. (2017). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa