

PROMOSI PADA OBJEK WISATA QUEEN STAR WATERPARK DI SIAK

Oleh : Mhd Hamzah Handi

Pembimbing: Firdaus Yusrizal

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

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan promosi serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi Queen Star Waterpark sebagai satu- satunya wahana rekreasi air terbesar di Kabupaten Siak, Riau. Queen Star Waterpark memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan karena menawarkan fasilitas modern, lokasi strategis, serta daya tarik keluarga. Namun, dalam upaya menarik lebih banyak pengunjung, promosi menjadi elemen yang sangat penting. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dengan delapan informan (pengelola, karyawan, masyarakat sekitar, dan pengunjung), serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi Queen Star Waterpark dilakukan melalui media cetak (brosur), media elektronik (Instagram dan Facebook), serta strategi hubungan masyarakat melalui paket bundling. Upaya ini dinilai cukup efektif dalam menjangkau masyarakat lokal, namun masih memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Kendala utama yang ditemukan meliputi keterbatasan penggunaan media digital modern, kurangnya variasi konten promosi, serta persaingan dengan destinasi wisata lain di wilayah sekitar. Penelitian menyarankan agar pihak pengelola memperluas pemanfaatan media sosial berbasis video seperti TikTok, meningkatkan kreativitas konten digital, serta menjalin kolaborasi dengan komunitas wisata lokal. Dengan strategi promosi yang lebih inovatif dan adaptif, Queen Star Waterpark berpotensi menjadi ikon wisata keluarga sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap sektor pariwisata Kabupaten Siak.

Kata kunci: Promosi, Pemasaran Wisata, Queen Star Waterpark, Media Sosial, Pengunjung

ABSTRACT

This research aims to describe the implementation of the promotion and identify the obstacles faced by Queen Star Waterpark as the only largest water recreation attraction in Siak Regency, Riau. Queen Star Waterpark has great potential as a superior tourist destination because it offers modern facilities, strategic location, and family attraction. However, in an effort to attract more visitors, promotion becomes a very important element. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data is obtained through observation, interviews with eight informants (managers, employees, local communities, and visitors), as well as documentation. Research results show that the promotion of Queen Star Waterpark is carried out through print media (brochure), electronic media (Instagram and Facebook), as well as public relations strategies through bundling packages. This effort is considered quite effective in reaching the local community, but still has limitations in reaching a wider audience. The main obstacles found include the limited use of modern digital media, lack of variety of promotional

content, and competition with other tourist destinations in the surrounding area. The research suggests that the management should expand the use of video-based social media such as TikTok, increase the creativity of digital content, and establish collaboration with the local tourist community. With a more innovative and adaptive promotion strategy, Queen Star Waterpark has the potential to become a family tourism icon as well as increase its contribution to the Siak Regency tourism sector.

Keywords: *Promotion, Tour, Queen Star Water Park, Social Media, Visitors*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Siak yang beribu kota di Siak Sri Inderapura adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Riau, Indonesia. Kabupaten Siak menawarkan beragam objek wisata yang mudah dijangkau, sehingga tak heran jika daerah ini menjadi daya tarik bagi para wisatawan, baik domestik maupun internasional yang ingin bersantai. Sektor pariwisata di Siak terus mengalami perkembangan yang signifikan yang dapat dilihat dari peningkatan terus-menerus dalam jumlah objek wisata di wilayah Kabupaten Siak seperti yang dilaporkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Siak.

Pada tanggal 26 April 2010 Queen Star Waterpark secara resmi diresmikan oleh Bupati Siak yaitu oleh Bapak Arwin As. Melalui acara pembukaan ini, Bapak Arwin As mengungkapkan harapannya bahwa Queen Star Waterpark Siak akan menjadi pendorong penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Siak. Selain itu, pemilik waterpark ini memiliki visi dan misi yang kuat untuk menjadikan Siak sebagai pusat budaya dan pariwisata Melayu yang berkembang pesat di Riau untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat setempat.

Queen Star Waterpark menjadi destinasi wisata wahana air pertama di Kabupaten Siak. Bahkan menjadi satu – satunya waterpark yang berada di Kota Siak. Queen Star Water Park ini menjadi salah satu aset wisata modern yang ada di Kota Siak. Dengan adanya waterpark ini, masyarakat Siak tidak perlu jauh – jauh

menuju ke kota Pekanbaru hanya untuk sekedar wisata waterpark. Faktor ini pula yang membuat waterpark ini menjadi wisata unggulan dan wisata favorit semua orang yang menetap di Kota Siak dan sekitarnya.

Queen Star Waterpark merupakan sebuah wahana rekreasi yang berbasis air. Bukan saja kolam renang, namun dilengkapi berbagai fasilitas bermain air lainnya. Letak dari waterpark ini berada di Jl Lintas Siak – Tumang No 13, Kampung Rempak, Siak, Riau. Letak dari lokasi waterpark juga disebut sebagai Jl Lintas Buatan. Keberadaan dari destinasi wisata waterpark ini memang sangat strategis dan mudah untuk dijangkau. Hal ini membuat Queen Star Water Park tidak pernah sepi pengunjung. Khususnya pada musim liburan sekolah yang selalu membuat wisata air ini sebagai destinasi wisata utama ketika liburan. Queen Star Waterpark ini beroperasi setiap hari dimulai pukul 10:00-18:00.

Sebagai taman air pertama dan terbesar di Kabupaten Siak, Queen Star Waterpark berupaya untuk memperluas pengetahuan masyarakat akan keberadaannya. Upaya ini melibatkan strategi pemasaran yang bervariasi, di antaranya adalah promosi. Promosi dianggap sebagai metode yang efektif untuk mengenalkan destinasi wisata kepada masyarakat luas. Semakin banyak orang yang mengetahui dan tertarik, semakin besar kesempatan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Pelaksanaan promosi harus senantiasa diperbaharui sesuai dengan perkembangan zaman dan juga teknologi,

supaya promosi yang dilakukan lebih mudah dimengerti dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkan. Keberhasilan promosi suatu produk barang maupun jasa banyak ditentukan oleh usaha pengelola melakukan promosi. Dengan promosi yang tepat tentunya akan menarik minat pengunjung untuk membeli produk yang kita tawarkan. Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu Penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengkaji lebih dalam mengenai kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola Queen Star Waterpark dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung ke objek wisata tersebut.

Dengan latar belakang inilah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan promosi pada objek wisata Queen Star Waterpark yang dapat memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan, mendidik, dan aman bagi seluruh anggota keluarga. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memaksimalkan potensi pariwisata di daerah tersebut, sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat lokal melalui sektor pariwisata yang lebih terarah dan terkelola dengan baik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan promosi pada objek wisata queen star waterpark. Penelitian ini akan menggali potensi wisata di Queen Star Waterpark serta mengidentifikasi pelaksanaan promosi, dan kendala pada pelaksanaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, beberapa rumusan masalah yang muncul dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana pelaksanaan dan bagaimana kendala promosi pada objek wisata Queen Star Waterpark di Siak?”

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah ini digunakan untuk memudahkan penelitian agar lebih terarah dan jelas, maka dirasa penting untuk

membatasi permasalahan yang akan dibatasi dalam penelitian ini. Untuk memfokuskan penelitian ini agar lebih spesifik dan terarah, maka penulis membatasi penelitian ini dengan hanya membahas mengenai promosi pada objek wisata Queen Star Waterpark di Siak.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian Pelaksanaan Promosi Pasar Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark di Kabupaten Siak yaitu: Untuk mengetahui Promosi Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark di Siak.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

a) Penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menambah pengetahuan mengenai bagaimana Promosi Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark di Siak.

b) Sebagai Penambah pengetahuan dan wawasan.

2. Manfaat bagi Pengelola Objek Wisata

a) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan acuan kepada pengelola objek wisata untuk melaksanakan Promosi Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark di Siak.

b) Diharapkan dapat menjadikan informasi dan masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Siak Sri Indrapura dalam menjalankan serta mempersiapkan kegiatan yang akan dilaksanakan.

3. Manfaat bagi Akademis

a) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan bahan perbandingan bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian yang serupa.

b) Sebagai langkah awal bagi penelitian untuk mengembangkan ilmu dan teori yang di dapatkan selama ini serta diharapkan dapat meningkatkan minat pengembangan pengetahuan pada disiplin ilmu komunikasi khususnya hubungan masyarakat.

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Pariwisata

Pariwisata merupakan fenomena yang kompleks karena melibatkan berbagai unsur seperti perjalanan, akomodasi, transportasi, makanan, hingga layanan hiburan. Menurut Soekadijo (dalam Suwena & Widyatma, 2017) dan Undang-Undang No.10 Tahun 2009, pariwisata mencakup aktivitas wisata yang didukung fasilitas masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Oka A. Yoeti menegaskan bahwa kata “pariwisata” berarti perjalanan berulang dengan tujuan rekreasi. Suwanto (2015) menjelaskan bahwa wisata adalah proses kepergian sementara untuk kepentingan ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, maupun sekadar hiburan. Richard (dalam Marpaung, 2000) menambahkan bahwa perjalanan wisata tidak dimaksudkan untuk mencari nafkah, melainkan untuk rekreasi. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memberikan manfaat besar dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan masyarakat.

2.2 Konsep Objek Wisata

Objek wisata didefinisikan sebagai tempat yang memiliki daya tarik karena unsur alam, buatan, maupun budaya (PP No.24/1979; Yoeti, 1983; Ananto, 2018). Bentuknya dapat berupa wisata alam seperti pantai, gunung, dan flora-fauna, atau wisata budaya seperti candi, monumen, atraksi seni, dan tarian tradisional. SK Menteri Pariwisata (KM.98/PW.102/MMPT87) menyebutkan bahwa objek wisata dikembangkan agar dapat menjadi daya tarik wisatawan. Keberadaan objek wisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga mendorong pertumbuhan usaha ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memberikan manfaat kesehatan, spiritual, dan kreativitas individu.

2.3 Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata adalah rangkaian strategi untuk memperkenalkan dan menarik wisatawan agar berkunjung ke

suatu destinasi (Kotler & Gertner, 2002; Fyall & Garrod, 2005). Proses ini melibatkan identifikasi target pasar, penyusunan strategi promosi, pengembangan citra destinasi, dan pemanfaatan media, baik cetak, elektronik, maupun digital. Faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran antara lain reputasi penyedia layanan, kesesuaian dengan minat wisatawan, budaya lokal, serta harga yang kompetitif (Kotler et al., 2018).

Untuk mempertahankan wisatawan, perlu dilakukan penguatan branding, peningkatan kualitas layanan, diversifikasi produk wisata, kerjasama dengan pihak terkait, dan program loyalitas. Dengan strategi yang tepat, pemasaran pariwisata mampu meningkatkan kunjungan, kepuasan wisatawan, serta citra positif destinasi.

2.4 Promosi Pariwisata

Promosi pariwisata merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan permintaan melalui penciptaan kesadaran, ketertarikan, dan minat wisatawan (Kotler & Gertner, 2002; Stanton dalam Rangkuti, 1993; Gartner & Wang, 2020). Bentuk promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain: identifikasi target pasar, penyusunan materi promosi yang menarik, pemanfaatan media sosial, kerjasama dengan media dan pihak swasta, penyediaan paket wisata khusus, partisipasi dalam pameran, hingga kolaborasi dengan influencer.

Media sosial saat ini terbukti efektif, terutama Instagram yang mampu memengaruhi tahap minat hingga tindakan kunjungan wisata (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Dengan promosi yang tepat, destinasi pariwisata dapat dikenal lebih luas, meningkatkan jumlah wisatawan, serta menarik investasi untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dimana peneliti berusaha menggambarkan kondisi dan keadaan yang sesungguhnya dengan cara mengumpulkan data dan informasi di lapangan, dan menjelaskan dalam bentuk uraian (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000). Sesuai dengan kaidah kualitatif, maka peneliti berperan sebagai instrument utama selama berada di lokasi penelitian. Proses penelitian juga bersifat luwes dan fleksibel mengikuti perkembangan situasi dan kondisi objek penelitian dengan memanfaatkan metode wawancara mendalam, observasi partisipatif maupun non-partisipatif yang selanjutnya disajikan dalam bentuk deskriptif.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Melihat banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Queen Star Waterpark di Kabupaten Siak maka penulis tertarik melakukan penelitian pada objek wisata Queen Star Waterpark di Kabupaten Siak yang diperkirakan di bulan Juni 2023.

3.3 Key Informan

Adapun Key Informan dalam Penelitian Pelaksanaan Promosi Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark Di Kabupaten Siak sebanyak 10 orang dilihat sebagai berikut:

- a) Kepala dinas pariwisata kabupaten Siak
- b) Kepala pengurus Wisata Queen Star Waterpark
- c) Staff dan Karyawan Wisata Queen Star Waterpark
- d) 2 Orang Pemuda di Lingkungan Sekitar Objek Wisata
- e) 4 Orang Pengunjung di Queen Star Waterpark di Kabupaten Siak

3.4 Jenis Dan Sumber Data Penelitian

Dari penelitian ini diperoleh data yang bersumber dari:

1. Data Primer
2. Data Sekunder

3. Subjek Penelitian/Target Penelitian

3.5 Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data adalah hal yang sangat penting bagi orang-orang yang sedang melaksanakan penelitian dikarenakan menyangkut bagaimana memperoleh data baik dengan wawancara maupun observasi.

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

3.6 Teknik Analisis Data Penelitian

Teknik analisis data pada penelitian ini mengacu pada konsep Miles dan Huberman (1990:20), dalam Nasution S (1990:1992) yaitu interaktif model yang mengklarifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu:

a) Reduksi data

Reduksi data yaitu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulannya.

b) Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan dengan mengumpulkan informasi di lapangan yang dibutuhkan oleh peneliti sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan dalam menganalisis hasil yang dapat untuk mengambil tindakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Queen Star Waterpark

Queen Star Waterpark merupakan wahana air pertama dan satu-satunya di Kabupaten Siak. Lokasinya berada di Jalan Lintas Siak-Tumpang No.13, Kampung Rempak, Siak. Letaknya yang strategis membuat tempat ini selalu ramai, terutama saat libur sekolah. Waterpark ini buka

setiap hari pukul 10.00–18.00 dan menyediakan berbagai fasilitas rekreasi air seperti kolam renang, wahana permainan, restoran, gazebo, dan area foto.

Jumlah pengunjung dalam lima tahun terakhir cenderung fluktuatif, namun terus meningkat setelah pandemi:

Tabel 4.1 daftar pengunjung pertahun

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2019	19.221
2	2020	7.842
3	2021	10.775
4	2022	26.989
5	2023 (Juni)	15.340

Sumber: queen star waterpark siak

4.2 Fasilitas Objek Wisata Queen Star Waterpark Siak

Objek wisata Queen Star Waterpark memiliki banyak sekali fasilitas - fasilitas menarik dan menjadi daya tarik sendiri untuk pengunjung yang datang menjadi nyaman dan selalu membuat para pengunjung ingin kembali lagi kesini. Sebagai Waterpark pertama di Siak Sri Indrapura , Queen Star Waterpark memiliki fasilitas yang sangat lengkap yaitu:

4.2.1 Tempat Pembelian Tiket Queen Star Waterpark

Gerbang tempat pembelian tiket adalah pintu utama ketika ingin memasuki Queen Star Waterpark. Kita harus mengantri dan mengikuti aturan pada saat pembelian tiket. Staf yang melayani pembelian tiket masuk nanti akan memberitahu kita harga dan diskon yang sedang berlaku. Disini para staf yang melayani juga ramah dan sangat sopan.

Pada saat memasuki Queen Star Waterpark kita akan melihat mini market di bagian depan sebelah kiri yang menyediakan berbagai macam produk seperti makanan ringan, minuman yang dibutuhkan para

pengunjung dan barang souvenir objek wisata Queen Star Waterpark.

Pada saat memasuki Queen Star Waterpark kita akan melihat para staff yang berjaga di bagian depan sebelah kiri yang mana mereka mengarahkan kita serta memeriksa tiket kita dan melihat barang bawaan yang kita bawa lalu mempersilahkan kita masuk.

4.2.2 Kolam Renang Yang Tersedia

a) Khusus

Kolam berenang khusus ini biasanya digunakan untuk para siswa yang ingin belajar berenang dan mengambil nilai olahraga renang dari sekolah.

b) Kolam Renang Anak

Kolam renang khusus anak ini biasanya merupakan tempat yang aman dan menyenangkan bagi anak-anak untuk bermain air dan belajar berenang. Yang dilengkapi dengan berbagai mainan air seperti seluncuran, air pancuran, dan permainan air lainnya yang dirancang khusus untuk anak-anak. Kolam berenang khusus anak ini memiliki kedalaman yang dangkal, biasanya kurang dari satu meter dan di pastikan bahwa anak-anak dapat berdiri dengan nyaman di dalam air dan tidak akan tenggelam.

c) Kolam Arus

Kolam arus sungai buatan dengan aliran air buatan yang mengalir seperti arus sungai, di mana pengunjung dapat mengapung menggunakan pelampung atau ban.

4.2.3 Tempat Istirahat di Queen Star Waterpark

a) Gazebo

Gazebo sering digunakan sebagai tempat berteduh di luar ruangan. Gazebo bisa menjadi tempat yang nyaman untuk duduk, bersantai, membaca buku, makan, tidur atau menikmati suasana di Queen Star Waterpark. Dengan menyewa gazebo ini dapat digunakan dari kita datang sampai kita pulang.

b) Tempat Duduk Unik

Tempat duduk seperti foto diatas tersedia di setiap sudut kolam sehingga memudahkan para pengunjung untuk bersantai di dekat kolam berenang. Bisa juga digunakan untuk berjemur di panas matahari pagi.

4.2.4 Tempat Ibadah

Objek Wisata Queen Star Waterpark juga menyediakan tempat ibadah bagi umat muslim yang hendak beribadah, ini juga merupakan fasilitas utama yang disediakan agar pengunjung tidak perlu repot - repot keluar objek wisata jika hendak melaksanakan ibadah.

4.2.5 Wahana dan Atraksi di Queen Star Waterpark

Seluncuran panjang merupakan wahana di waterpark yang paling menjadi terfavorit bagi pengunjung dewasa. Jenis seluncuran ini memiliki lintasan panjang dan miring yang dirancang untuk memberikan pengalaman bermain yang seru dan cepat.

Wahana "ember tumpah" di waterpark adalah jenis permainan air yang umumnya ditemukan di taman air. Ini biasanya terdiri dari ember besar yang diisi dengan air di atas struktur atau menara tinggi. Ketika ember tersebut penuh, biasanya ada suara peringatan dan kemudian ember akan terbalik, melepaskan air dengan hebatnya ke area di bawahnya. Ember tumpah adalah salah satu atraksi yang menyenangkan di Queen Star Waterpark dan biasanya disukai oleh pengunjung yang ingin merasakan sensasi air yang tumpah secara tiba-tiba.

4.2.6 Restaurant di Queen Star Waterpark

Restaurant di Queen Star Waterpark adalah tempat di mana pengunjung dapat membeli makanan dan minuman selama mereka berada di taman air, biasanya menawarkan berbagai macam makanan ringan,minuman ringan,makanan berat seperti nasi goreng,mie goreng spesial dan sejenisnya. Yang bertujuan untuk memberikan pilihan

makanan yang nyaman dan cepat bagi pengunjung yang ingin mengisi perut mereka selama beraktivitas di taman air.

Para pengunjung diperbolehkan membawa makanan dari luar atau dari rumah tetapi di palang pintu masuk makanan yang dibawa harus di tinggalkan di luar dan sudah disediakan tempat penitipannya. Pengunjung boleh memakannya di area khusus yang disediakan oleh pihak Queen Star Waterpark dan boleh memakannya di tempat makan yang sudah di sediakan (gambar 17).

Warung kecil juga tersedia hampir di semua sudut kolam yang berdekatan dengan kolam berenang yang menyediakan pop mie, corndog, mozarella steak coklat, pisang coklat,kentang tornado,chicken popcorn.

4.2.7 Tempat Sewa Pelampung di Queen Star Waterpark

Tempat penyewaan pelampung ini adalah area di mana pengunjung dapat menyewa peralatan seperti pelampung, ban renang, atau peralatan air lainnya. Pelampung sangat berguna bagi pengunjung yang ingin mengapung santai di kolam renang atau selancar di sungai buatan tanpa harus membawa perlengkapan mereka sendiri.

4.2.8 Ruang Ganti di Queen Star Waterpark

Ruang ganti di waterpark adalah fasilitas yang disediakan untuk pengunjung agar mereka dapat mengganti pakaian sebelum dan setelah bermain di kolam renang atau atraksi air. Queen Star Waterpark selalu menjaga kebersihannya demi kenyamanan para pengunjung serta aman dan juga dilengkapi dengan fasilitas tambahan seperti kamar mandi,shower,wastafel untuk memudahkan para pengunjung dalam membersihkan diri setelah berenang.

4.3 Daftar Harga Masuk Objek Wisata Queen Star Waterpark Siak

Harga masuk ke dalam objek wisata Queen Star Waterpark bervariasi, tergantung di hari apa kita datang untuk mengunjunginya.

Berikut harga masuk di Queen Star Waterpark Siak Sri Inderapura:

4.3. Daftar Harga Tiket

No	Hari	Harga
1	Weekday	Rp 40.000,-
2	Weekend	Rp 50.000,-

Sumber: QSWP Juli 2023

Untuk harga tiket masuk tersebut tidak membedakan antara orang dewasa dengan anak-anak, harga tiket serupa hanya berbeda ketika di weekend.

Adapun untuk beberapa daftar harga fasilitas tambahan yang sudah disediakan oleh pengelola jika pengunjung hendak menikmati wahana - wahana yang telah disediakan adalah:

Tabel 4.3 Daftar Harga Sewa Fasilitas Tambahan

No	Nama	Harga
1	Pelampung	Rp 20.000,-
2	Kacamata Renang	Rp 10.000,-
3	Case Hp Waterproof	Rp 10.000,-
4	Gazebo	Rp 45.000,-

Sumber: QSWP Juli 2023

Harga wahana yang disediakan oleh pengelola merupakan harga yang sudah disesuaikan dengan fasilitas yang ingin digunakan oleh pengunjung dikarenakan akan berdampak tidak baik nantinya jika harga wahana nya terlalu mahal.

4.4 Profil Subjek

Dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah orang-orang yang dikategorikan mengetahui tentang promosi objek wisata Queen Star Waterpark Siak. Subjek penelitian sendiri sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab ketiga, yaitu orang yang diminta informasinya berkaitan

dengan topik dan permasalahan penelitian, informasi yang diperoleh merupakan suatu fakta atau pendapat dari subjek yang akan dilakukan analisis oleh peneliti.

- a) Yanti adalah seorang staff
- b) Agus merupakan staff penjaga kolam
- c) Nurlela adalah Pengunjung
- d) Dian Ega adalah Pengunjung
- e) Putra Ferdinan adalah Pengunjung
- f) Zyan Saputra adalah Pengunjung

4.5 Media Promosi Pada Objek Wisata Queen Star Waterpark Siak

4.5.1 Periklanan (Advertising)

Periklanan adalah suatu proses atau cara yang digunakan oleh Queen Star Waterpark atau usaha bisnis untuk mempromosikan produk, layanan, atau ide mereka kepada audiens yang dituju. Tujuan utama periklanan adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan meyakinkan orang agar melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau layanan, mendukung suatu ide dan tertarik untuk mengunjungi tempat usaha kita. Yang dapat dilakukan melalui media seperti televisi, radio, koran, majalah, situs web, media sosial, papan reklame, dan brosur.

4.5.2 Media Cetak

Media cetak merupakan salah satu bentuk media informasi kepada masyarakat umum yang berbentuk percetakan, salah satu jenis periklanan media cetak ini antara lain adalah koran, tabloid, majalah, dan brosur. Objek Wisata Queen Star Waterpark telah melaksanakan promosi pada media cetak yaitu dengan pembuatan brosur.

Brosur merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempromosikan barang, jasa dan lain-lain, yang berasal dari kertas dan sebuah flyer yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah info dan terhitung penawaran tentang jasa atau produk. Queen Star Waterpark mempromosikan waterpark dengan menggunakan pencetakan brosur. Brosur ini dimaksudkan agar pengunjung yang datang dapat melihat catatan kertas

singkat tentang Queen Star Waterpark. Promosi melalui brosur adalah cara yang sangat efektif untuk menginformasikan Queen Star Waterpark kepada para pengunjung.

Queen Star Waterpark lebih unggul menggunakan media brosur dalam promosi di bagian media cetaknya, dikarenakan lebih menarik dengan tulisan singkat dan gambar yang lebih menarik daripada koran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa:

- a. Brosur sangat unggul karena menampilkan foto dari pada tulisan.
- b. Brosur harus sesuai dengan foto dan isi yang ingin disampaikan.
- c. Brosur harus bisa sesuai dengan tengat waktu yang diberikan.

4.5.3 Media Elektronik

Media elektronik menjadi alat yang sangat efektif dalam pelaksanaan promosi waterpark. Media elektronik pada dasarnya dibagi menjadi tiga bagian yaitu media audio, media audio visual dan media outdoor. Dalam pelaksanaan promosinya media elektronik yang dilakukan oleh Queen Star Waterpark hanya media audio visual dan media outdoor.

Selain Facebook masih banyak lagi media promosi melalui internet yaitu Youtube, Instagram, Tiktok yang berisikan video dan foto mengenai Queen Star Waterpark Siak. Yang mana media tersebut sangat berkontribusi besar dalam promosi Queen Star Waterpark terutama sekali Instagram berdasarkan hasil wawancara dengan subjek Yanti 15 Juli 2023.

Adapun Platform booking untuk melakukan reservasi terlebih dahulu bisa langsung menghubungi kami melalui no Whatsapp. Reservasi terlebih dahulu ini dimaksudkan agar mempermudah para pengunjung yang berombongan atau grup sekolah datang untuk berkunjung.

4.5.4 Promo Bundling

Promo bundling adalah strategi pemasaran di mana dua atau lebih produk atau layanan yang berbeda dikemas bersama dan ditawarkan kepada pelanggan dengan harga khusus atau diskon jika mereka membeli produk-produk tersebut secara bersamaan. Tujuan dari promo bundling adalah mendorong pelanggan untuk membeli lebih dari satu item atau layanan dalam satu transaksi, yang dapat meningkatkan penjualan dan nilai transaksi keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pihak Queen Star Waterpark menggunakan beragam strategi untuk melakukan promosi serta menjalin kerjasama dengan publik agar dapat menarik minat para pengunjung dan untuk dapat membangun citra positif Queen Star Waterpark kepada masyarakat sekitar. Strategi promosi yang digunakan Queen Star Waterpark mengikuti perkembangan teknologi yang ada yang mana promosi melalui Facebook dan Instagram sangat berpengaruh besar terhadap kenaikan jumlah pengunjung baik dari dalam kota maupun luar kota bahkan sampai luar Provinsi Riau. Pihak Queen Star Waterpark terus melakukan evaluasi atas strategi promosi yang digunakan. Citra positif juga terbentuk dari hal-hal teknis seperti desain bangunan depan Queen Star Waterpark yang menyerupai benteng, fasilitas dan keramahan staff Queen Star Waterpark sehingga menarik minat para pengunjung Queen Star Waterpark untuk berkunjung kembali.

SARAN

- Disarankan kepada pihak Queen Star Waterpark agar lebih memperbanyak media online yang digunakan untuk melakukan proses promosi. Penulis menyarankan agar Queen Star Waterpark menggunakan aplikasi Tiktok untuk

melakukan proses promosi pada objek wisata Queen Star Waterpark ini. Dimana untuk aplikasi Tiktok ini sangat mudah untuk membuat video kita viral sehingga dapat membuat para penonton mengetahui objek wisata Queen Star Waterpark ini.

- Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan masih perlu saran dan kritik yang sehat guna penelitian selanjutnya untuk menyempurnakan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, F. (2021). *Pariwisata halal dan peningkatan kesejahteraan*. Literasi Nusantara.
- Akase, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi promosi pariwisata melalui media sosial dalam meningkatkan pengunjung di desa wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52-60.
- Alfariq, S., & Tukiman, T. (2020). Pengembangan Potensi Pariwisata Pada Objek Wisata Hutan Mangrove Surabaya. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik (JSEP)*, 1(4).
- Ardika, I Wayan.(2003). *Pariwisata Budaya Berkelanjutan, Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Program Studi Magister (S2): Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*(Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Darsoprajitno, Soewarno. (2001). *Ekologi Pariwisata, Tata Laksana Pengelolaan Objek Dan Daya Tarik Wisata*. Bandung: Angkasa.
- Disparda Bali. (2013). *Analisis Pasar Wisatawan Nusantara 2013*. (available from <http://www.disparda.baliprov.go.id/id>

[/Database-Dinas-pariwisata,cited](#) 8 January 2014).

- Fandeli, Chafid. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Fandeli, Chafid.(2001). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*.
- Ferdinand, Agusty.(2002). *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Ginting, A. H., & Zainal, Z. (2020). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Teluk Jering Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 10(1), 211-219.
- Herat, R. A., Rembang, M. R., & Kalangi, J. (2015). Peran bidang promosi dan pemasaran dinas pariwisata kabupaten pulau morotai dalam mempromosikan potensi pariwisata kabupaten Pulau Morotai. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4).
- Indrawati, Yayuk. (2010). *Persepsi Wisatawan Lanjut Usia Pada Fasilitas Akomodasi dan Aktivitas Pariwisata Bernuansa Seni Budaya di Desa Sanur*, *Jurnal Soca*, Universitas Udayana.
- Istiyanto, S Bkti. *Komunikasi Pemasaran Dalam Ekonomi Recovery Program Masyarakat Kawasan Objek Wisata Pengandaran Pasca Gempa Dan Tsunami 17 Juli 2006*, <http://sbktiistiyanto.files.wordpress.com/2008/02/jurnal-pengandaran.doc>
- Kotler, P.(1997). *Marketing Management: Analysis, Planning And Control*, 9th Ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*, Jakarta: Prehalindo.
- Oka Yoeti.(1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

- Rofiq, Ainur. (2006). Peningkatan Peran Infokom Dalam Mempromosikan Pariwisata Daerah (Tinjauan dari Aspek Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi) Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Suarto, E. (2017). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi*, 3(1).
- Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra. Yogyakarta:Liberty.