

**PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA
DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI
DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

Oleh :

SURITA ANNAZMI SINAGA
NPM 1703110028

*Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat*



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : **SURITA ANNAZMI SINAGA**
NPM : 1703110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru.

Medan, 10 Juni 2021

PEMBIMBING

Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP

Disetujui Oleh:

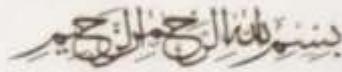
KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.L.Kom

DEKAN

Dr. ARIKIN SALEH, S.Sos., M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **SURITA ANNAZMI SINAGA**

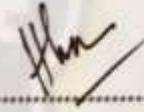
NPM : 1703110028

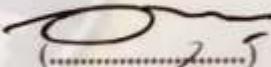
Program Studi : Ilmu Komunikasi

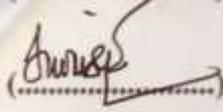
Pada hari,tanggal : Jum'at, 09 Juli 2021

Waktu : 08.00 s.d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.LKom**  (.....)

PENGUJI II : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.LKom**  (.....)

PENGUJI III : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP**  (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP


Drs. ZULFAHMI M.LKOM

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Surita Annazmi Sinaga NPM 1703110028 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh Undang-Undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil dari tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaang disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat ditulis atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaang yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 08 Juni 2021

Yang menyatakan,



Surita Annazmi Sinaga

**PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN WISATA RELIGI
DI KOTA PEKANBARU**

**SURITA ANNAZMI SINAGA
1703110028**

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi Di Kota Pekanbaru. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Aida Dan Teori Interaksi Simbolik. Informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang yaitu Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi Pariwisata Provinsi Riau, Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Provinsi Riau, Humas Masjid Agung An-Nur, Kepala Seksi Tata Usaha Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau dan tiga orang pengunjung Wisata Religi Masjid Agung An-Nur. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi pariwisata dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur belum sepenuhnya terjalin dengan baik, perlu adanya dorongan dari pihak pengelola, Dinas Pariwisata maupun masyarakat guna meningkatkan wisatawan dan juga meningkatkan kualitas bangunan Masjid, agar ketertarikan wisatawan bisa lebih baik lagi kedepannya.

Kata Kunci ; Perencanaan Komunikasi Pariwisata, Wisata Religi

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad Shalallahu alaihi wassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi Di Kota Pekanbaru”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa do'a, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan segala yang terbaik kepada penulis
2. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sarnir Sinaga dan Ibunda Emida Nora yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, serta lantunan do'a. sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof.Dr.Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Akhyar Anshori Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Bapak Irwansyari Tanjung, S.Sos., MAP, selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dengan sabar mulai dari penyusunan proposal skripsi hingga menjadi sebuah skripsi yang Insyaallah dapat bermanfaat bagi pembaca.
10. Bapak/Ibu Dosen dan Biro Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selalu memberikan masukan kepada peneliti dan membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Bapak Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang sudah senantiasa memberikan izin penulis melakukan penelitian di Kota Pekanbaru.
12. Kepada abang, kakak dan adik penulis Rizki Hamdani, Sahri Maida Sinaga, Rafika Andriani, dan Sahrul Hamdi yang telah memberikan dukungan terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada My special Partner Vrastian Darulingga yang telah banyak membantu dan memberi support/semangat kepada peneliti dalam pengerjaan skripsi. Sudah menemani susah senang nya peneliti selama melakukan penelitian, dan selalu membantu peneliti saat bertemu dengan informan.

14. Kepada teman-teman sekaligus sahabat terdekat Anno, Imah, Arlita, Lira, Lala, Indah, Ririn, Siti, Yuni yang selalu memberikan dukungan semangat kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan juga pembaca. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat didalamnya kiranya dapat disempurnakan dikesempatan lain. Semoga Allah memberikan balasan kepada pihak-pihak atas dukungan semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Medan, 5 Juni 2021

Penulis

Surita Annazmi Sinaga
1703110028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penulisan	9
1.5 Manfaat Penulisan	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II URAIAN TEORITIS	11
2.1 Komunikasi	11
2.2 Pariwisata	15
2.3 Strategi Komunikasi	18
2.4 Komunikasi Pariwisata	19
2.5 Pengembangan Pariwisata	22
2.6 Wisata Religi	26
2.7 Kerangka Teoritis	29
2.8 Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Kerangka Konsep	41
3.3 Definisi Konsep	42
3.4 Kategorisasi Penelitian	45
3.5 Informan atau Narasumber	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisa Data	48
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	48
3.9 Definisi Ringkas Objek Penelitian	49

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
	4.1 Hasil Penelitian	50
	4.2 Hasil Wawancara	56
	4.3 Hasil Penelusuran Dokumen	83
	4.4 Pembahasan	86
BAB V	PENUTUP	92
	5.1 Simpulan	92
	5.2 Saran	94
	DAFTAR PUSTAKA	96
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1	45
------------------	----

DAFTAR GAMBAR

1.	Konseptual	41
2.	Dokumentasi Informan 1	83
3.	Dokumentasi Informan 2	83
4.	Dokumentasi Informan 3	84
5.	Dokumentasi Informan 4	84
6.	Dokumentasi Informan 5	85
7.	Dokumentasi Informan 6.....	85
8.	Dokumentasi Informan 7.....	86

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata ialah salah satu zona yang dimanfaatkan pemerintah untuk mendapatkan devisa. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di perlukan adanya pembangunan pariwisata, selain itu untuk memperoleh devisa, banyak juga membawa keuntungan pada bidang-bidang yang lain. Antara lain menghasilkan serta membuka banyak peluang usaha, meningkatkan pemasukan warga dan pemerintah, serta melestarikan lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa.

Pariwisata disebut juga sebagai selaku sebuah industri yang terus-menerus bertumbuh dengan pesat. Hampir seluruh daerah berusaha untuk meningkatkan industri di bidang pariwisata. Sektor pariwisata di tata selaku mempunyai pandangan yang cemerlang serta mampu meyakinkan dan memiliki keuntungan yang cukup banyak. Daerah yang sudah mengolah beberapa bagian dengan cara yang cukup mendalam spesialnya pada daerah yang memiliki kekuatan yang cukup dominan, apalagi bila diatasi dengan cara yang handal bisa jadi industri sanggup memberikan pemasukan bagi para warga

Berdasarkan UU No 22 tahun 1999 mengenai pemberlakuan otonom daerah, dengan ini pemerintah daerah bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada di daerah masing-masing. Menurut Menteri Pariwisata Arief yahya, Indonesia mempunyai potensi pariwisata yang berbasis

religi yang beragam dan diakui oleh dunia. Komposisi populasi berdasarkan pemeluk agama selain membentuk segmen wisatawan berbasis religi, juga akan membentuk karakteristik destinasi wisata ziarah (*pilgrimage tourism*) berbasis kewilayahan. Mengingat mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, Kementerian Pariwisata RI telah mengupayakan berbagai langkah untuk mendorong kegiatan wisata religi agar lebih berkembang lagi, diantaranya dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat untuk lebih memberdayakan masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata religi.

Mengingat banyaknya jumlah umat Muslim di Indonesia, kementerian Pariwisata RI sudah melaksanakan bermacam cara buat mendesak aktivitas wisata religi agar berkembang lebih baik lagi untuk kedepannya, di antara lain dengan membagikan penyuluhan dan wawasan kepada warga untuk mengupayakan warga dalam meningkatkan destinasi wisata religi. Selain itu Pemerintah turut serta mengupayakan peningkatan wisatawan dengan melakukan perbaikan dan penambahan fasilitas di tempat wisata tersebut.

Tiap-tiap daerah mempunyai banyak sekali potensi wisata dimulai dari wisata alam, wisata bahari, wisata kuliner, wisata religi dan lainnya. Wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan religi atau keagamaan yang dianut oleh manusia. Wisata religi merupakan sebuah kegiatan wisata ke tempat yang mempunyai makna khusus bagi umat beragama, seperti tempat ibadah, makam ulama atau situs-situs kuno yang memiliki nilai sejarah di dalamnya, juga karena adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut, atau adanya keunikan dari arsitektur bangunannya.

Pekanbaru memiliki berbagai macam tempat pariwisata contohnya seperti Museum Sang Nila Utama, Makam Pahlawan Kerja, Taman Pancing dan Rekreasi Alam Mayang, Perpustakaan Soeman H.S, Rumah Singgah Tuan Kadi, Balai Adat Riau, Anjungan Seni Idrus Tintin, Pasar Bawah, Danau Bandar Kayangan. Selain tempat rekreasi, Pekanbaru juga memiliki beberapa tempat wisata religi yaitu Masjid Senapelan, Masjid Agung An-nur, Komplek Makam Marhum Pekan, Vihara Kwan tee kong bio. Pada era saat ini masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah umat muslim melainkan juga sebagai tempat wisata religi. Desain yang menarik dari masjid-masjid pada era modern saat ini membuat masyarakat tertarik untuk mengunjungi tempat ibadah tersebut untuk mengabiskan waktu luang mereka.

Komunikasi memiliki peran penting dalam pengembangan wisata, dengan adanya komunikasi membuat sebuah tempat wisata banyak dikunjungi oleh wisatawan. Adanya promosi tempat wisata semakin banyak dikenal dan diketahui oleh berbagai kalangan masyarakat sehingga tempat wisata tersebut ramai dikunjungi. Dalam proses pemasaran promosi memiliki peranan terpenting. Promosi sendiri merupakan cara berkomunikasi yang paling utama dalam kehidupan manusia. Selain itu, promosi juga di artikan sebagai cara berkomunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang suatu produk yang dihasilkan.

Salah satu wisata religi yang saat ini mulai terkenal dan dikenal oleh masyarakat yakni Masjid Agung An-Nur Pekanbaru-Riau. Provinsi Riau yang memiliki julukan “Negeri Seribu Suluk” dimana yang dimaksud dengan suluk yaitu

tempat-tempat ibadah yang dipakai seperti Masjid, surau dimana masyarakat melakukan dzikir guna mendekatkan diri kepada Allah SWT. Masjid Agung An-nur terletak di Jl. Hangtuah Ujung, Sumahilang, Kec. Pekanbaru, Kota Pekanbaru. Tidak hanya digunakan sebagai sarana ibadah masjid Agung An-Nur digunakan juga sebagai tempat wisata yang berbasis religius.

Adapun tujuan dari wisata religi masjid Agung An-Nur untuk melihat keindahan bangunan dari masjid tersebut menyadari kebesaran Allah dan mendapatkan kepuasan hati. Masjid Agung An-Nur Riau di Pekanbaru ini disebut juga sebagai Taj Mahalnya provinsi Riau. Selain itu masjid Agung An-nur ini merupakan salah satu masjid yang termegah di Indonesia. Dilihat dari sisi bangunannya, masjid ini memiliki nilai artistic yang tinggi dengan perpaduan pengaruh dari gaya arsitektur Melayu, Turki, Arab dan India. Di lahan kurang lebih seluas 12,6 hektare tersebut berdiri masjid Agung An-nur yang dapat menyejukkan mata karena didominasi oleh warna hijau yang mengartikan menyatu dengan alam sekitar. Kawasan dan sekeliling Masjid Agung sangat luas, karenanya halaman sekitar Masjid ditanami dengan berbagai tanaman hijau.

Selain untuk tempat beribadah, halaman masjid Agung An-nur juga dijadikan sebagai tempat untuk berolahraga oleh masyarakat yang berada disekitar masjid Agung An-nur. dan juga sebagai tempat acara-acara keagamaan seperti Manasik Haji dan Umroh, Tablik Akbar dan lain-lain. H. Fuadi selaku Kepala Bagian humas Provinsi Riau mengatakan bahwa Masjid Raya An-Nur adalah destinasi wisata Religi yang selalu ramai dikunjungi, dengan sering diadakannya

pameran, bazar dan agenda MTQ ini merupakan ajang promosi sekaligus menyebarkan informasi.

Pada tahun 1958 silam, Masjid Agung An-Nur ini erat sekali kaitannya dengan ditetapkannya Kota Pekanbaru sebagai Ibu Kota Provinsi Riau. Dimana pada saat itu Kota Tanjung Pinang adalah Ibu sementara Provinsi Riau. Pembangunan Masjid Agung An-Nur dimulai pada tahun 1962 dan selesai pada tahun 1968 dibawah pimpinan Gubernur Riau kedua yaitu Kharudin Nasution. Kemudian diresmikan pada 27 Rajab 1388 Hijriah atau tepatnya pada 19 Oktober 1968 oleh gubernur Arifin Achmad. Setelah Masjid Agung An-Nur memasuki usia 30 tahun lebih pengurus Masjid mengusulkan kepada Saleh Djasit untuk melakukan renovasi yang dimulai pada tahun 2002. Pengusulan renovasi saat itu melibatkan Pengurus, Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat, Birokrat dan Tokoh Adat Riau. Pembahasan tersebut menghasilkan tiga konsep renovasi yaitu :

1. Bangunan induk yang merupakan waqaf banyak orang tidak boleh dihancurkan atau dihilangkan
2. Bangunan induk dapat diperluas dan disambung dengan bangunan baru
3. Kegiatan keagamaan yang belum tertampung dapat dibuatkan tempatnya disekeliling bangunan induk dan halaman Masjid

Masjid Agung An-Nur selesai di renovasi pada tahun 2006 pada masa Gubernur H.M Rusli Zainal dan diresmikan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) pada tanggal 27 Rajab 1428 Hijriah atau tepatnya pada tanggal 11 Agustus 2007, yang bertepatan dengan ulang tahun emas Provinsi Riau yang ke 50. Dalam sejarahnya Masjid Agung An-Nur pernah menjadi kampus bagi Fakultas

Ushuluddin Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kasim Pekanbaru di awal pendiriannya hingga tahun 1973. IAIN Sultan Syarif Kasim kini Menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Pekanbaru.

Bangunan Masjid Agung An-Nur mempunyai filosofi yang sangat istimewa pada bagian kubah dan menaranya. Empat menara yang terdapat pada masjid ini menggambarkan empat sahabat Nabi Muhammad SAW, yaitu Abu Bakar As-Shiddiq, Umar bin Khattab, Utsman bin Affan, dan Ali bin Abi Thalib. Perjuangan Nabi Muhammad SAW untuk menyebarkan Islam tentu tidak terlepas dari peran keempat sahabatnya. Sementara itu, lima kubahnya melambangkan lima rukun Islam yang menjadi pedoman hidup bagi umat beragama Islam.

Warna hijau melambangkan nuansa Melayu yang kuat dimana pada umumnya warna melayu identik dengan warna hijau, kuning dan merah. Masjid Agung An-nur terdiri dari dua lantai yaitu lantai atas dan lantai bawah. Lantai atas digunakan sebagai tempat ibadah dan di lantai bawah memiliki banyak ruangan seperti aula serbaguna, ruangan pengurus masjid, dan ruangan lainnya dimanfaatkan untuk TK,SD,SMP,dan SMA. Terdapat tiga buah tangga yang telah disediakan untuk memasuki Masjid Agung An-Nur, satu tangga terletak di bagian depan dan dua tangga di sisi kanan kiri Masjid.

Saat hendak menaiki tangga bagian depan pengunjung akan menjumpai beranda Masjid atau serambi yang diadopsi dari konsep rumah tradisional melayu. Pada lantai atas Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau memberikan pemandangan yang amat sejuk, serta keindahan kaligrafi yang membuat ruangan menjadi lebih indah dan sedap untuk di pandang oleh mata. Masjid Agung An-Nur memiliki 40

tiang yang sangat kokoh. Tiang dibalut dengan batu marmar berwarna hijau dan warna kuning keemasan. Setelah melihat tiang kokoh yang dibalut marmar pengunjung juga dapat melihat Mihrab Masjid, Mihrab ini terinspirasi dari Masjid Nabawi di Madinah dan dipadukan dengan Masjid Syah Alam Selango, Malaysia.

Masjid Agung An-nur Pekanbaru memiliki bangunan yang indah, keunikan dan prestasi. Itulah yang menjadi daya tarik tersendiri oleh wisatawan atau pengunjung. Hal ini dapat di lihat dari banyaknya masyarakat baik dari dalam daerah maupun luar daerah yang melakukan kunjungan ke Masjid Agung An-nur. Meningkatkan jumlah pengunjung Masjid Agung An-Nur Pekanbaru ini tentu diperlukan adanya peran dari strategi komunikasi yang digunakan Badan pengelolaan untuk menarik minat pengunjung untuk datang ke Masjid Agung An-Nur Pekanbaru.

Meningkatnya jumlah pengunjung Masjid Agung An-Nur ini ditunjang oleh adanya peran dari strategi komunikasi yang digunakan Badan Pengelola untuk menarik minat pengunjung datang ke Masjid Agung An-nur. Untuk meningkatkan pengunjung Badan pengelola melakukan strategi komunikasi yang terencana sebaik mungkin sehingga tujuan yang diharapkan tercapai. Strategi komunikasi yang telah dilakukan Badan Pengelola Masjid Agung An-nur yakni melalu penggunaan media massa seperti media cetak, elektronik, radio daerah, yang sangat aktif dalam mempromosikan kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada pada masjid Agung An-nur. Dengan begitu akan membuat pengunjung tertarik dan penasaran untuk datang dan berkunjung ke Masjid Agung An-Nur. Badan Pengelola Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau juga sangat bertanggung jawab atas seluruh pengorganisasian

termasuk program-program yang ada pada masjid Agung An-nur Pekanbaru. (Candra, 2018: 2-3)

Badan Pengelola masjid Agung An-Nur provinsi Riau memberikan kesempatan kepada Jamaah Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau untuk menyampaikan kritik dan sarannya dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Badan Pengelola Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau, dengan cara jamaah dapat langsung memberikan kritik dan sarannya kepada pengurus dengan menyampaikan secara langsung atau melalui pesan singkat (sms) apa yang kurang dan apa yang harus diperbaiki. Cara itu dilakukan oleh Badan Pengelola Masjid Agung An-nur pekanbaru guna memberi kepuasan kepada pengunjung Masjid Agung An-nur.

Pelayanan ini salah satu bagian dari proses komunikasi yang didalamnya terdapat unsur unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang ditimbulkan. Pada penelitian ini peneliti mencoba mengetahui perencanaan dan model komunikasi yang dilakukan oleh Badan Pengelola Masjid Agung An-Nur dari segi komunikator, pesan yang disampaikan, pesan yang disampaikan, khalayak sasaran dan media yang digunakan serta efek yang ditimbulkan apakah terjadi peningkatan pengunjung atau tidak serta ada tidaknya respon yang baik dari masyarakat yang datang berkunjung ke Masjid Agung An-nur Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi.”

1.2 Pembatasan Masalah

Agar terhindar dari kesalahpahaman dalam penelitian ini maka penulis membatasi masalah sebagai berikut, yaitu

1. Perencanaan Pesan
2. Perencanaan Media

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah diperlukan untuk mengidentifikasi persoalan yang diteliti secara jelas dan mempermudah pelaksanaan penelitian serta dapat menjadi pedoman bagi tujuan dan manfaat penelitian dalam rangka mencapai kualitas penelitian yang diharapkan. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana perencanaan Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan perencanaan komunikasi Pariwisata dalam pengembangan wisata Religi di Kota Pekanbaru.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Akademis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai bahan wawasan dan menambah ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi Pariwisata Religi bagi para peneliti lain maupun masyarakat umum
- b. Manfaat Teoritis dari penelitian ini adalah dapat menambah wawasan dan referensi tentang Perencanaan Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru

- c. Manfaat Praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran bagi dinas Pariwisata Kota Pekanbaru dalam meningkatkan pengembangan wisata Religi.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan Skripsi ini penulis membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Akan diurutkan tentang pengertian komunikasi, komunikasi pariwisata, pengembangan wisata, dan wisata religi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan, dan narasumber, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana Perencanaan Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Wisata Religi Di Kota Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian Komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communication*”. Istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2003: 30). Proses komunikasi merupakan transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima sebagai komunikan. Di dalam proses komunikasi terdapat beberapa tujuan yaitu untuk mencapai saling pengertian antara kedua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikator mengirimkan pesan/informasi kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Everett M.Rogers, pakar sosiolog dari Amerika mengatakan bahwa (Mulyana,2010 : 62) “Komunikasi merupakan proses pada suatu ide dipindahkan dari sumber kepada penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”

Menurut Hrod Laswell (Baran, 2012: 5), komunikasi merupakan transmisi pesan dari satu sumber kepada penerima. Selama 60 tahun, pandangan tentang komunikasi ini telah didefinisikan melakukan tulisan ilmuwan politik. Komunikasi menurut (Astrid Susanto 2017: 8) adalah proses penyampaian pendapat, pikiran dan perasaan seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain.

Alo Liliweri dalam bukunya *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya* mengutip pendapat Walstrom dari berbagai sumber menyebutkan beberapa definisi komunikasi, yakni:

1. Komunikasi antar manusia sering diartikan dengan pernyataan diri yang paling efektif.
2. Komunikasi merupakan pertukaran pesan-pesan secara tertulis dan
3. n lisan melalui percakapan, atau bahkan melalui penggambaran yang imajiner
4. Komunikasi merupakan pembagian informasi atau pemberian hiburan melalui kata-kata secara lisan atau tertulis dengan metode lainnya
5. Komunikasi adalah proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan yang tidak saja dilakukan secara lisan dan tertulis melalui bahasa tubuh, atau gaya atau tampilan pribadi.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa: Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun dan membina hubungan antar sesama manusia (2) melalui pertukaran informasi (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Model-Model Komunikasi

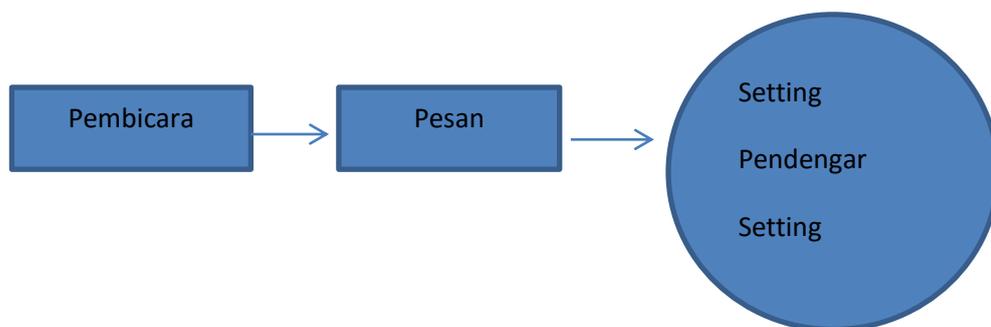
1. Model S-R

Model ini merupakan dasar dari komunikasi yang dipengaruhi dengan adanya disiplin psikologi terkhusus behavioristik yang menggambarkan hubungan stimulus-respon.

Komunikasi ditunjukkan sebagai tahapan aksi-reaksi yang sederhana. Model S-R beranggapan bahwa kata verbal, isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu merangsang orang agar memberikan tanggapan dengan menggunakan cara tersendiri.

2. Model Aristoteles

Model ini merupakan model komunikasi yang paling klasik dan sering juga dikatakan dengan model retorik. Terjadinya komunikasi pada saat seorang komunikator menyampaikan pembicaraan atau informasi kepada khalayak dengan bertujuan untuk merubah perilaku mereka. Ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi, pembicara, pesan, dan pendengar.



Fokus Komunikasi Aristoteles merupakan komunikasi retorik yang lebih dikenal sebagai komunikasi publik speaking. Menurutnya pencapaian persuasif di peroleh dari siapa anda, argumen anda dan dengan memainkan emosi khalayak. Ia juga menyadari peran dari pendengar, berlangsungnya persuasive dilalui dari ketika khalayak diarahkan oleh pidato dalam kondisi emosi tertentu.

Unsur-Unsur Komunikasi

1. Sumber

Di dalam proses komunikasi adanya sumber sebagai pengirim atau pembuat informasi. komunikasi antar manusia, sumber dapat terbagi dari satu orang namun bisa juga berbentuk kelompok.

2. Pesan

Pesan merupakan suatu hal yang disampaikan dari pengirim ke penerima, pesan juga dapat disampaikan melalui tatap muka maupun melalui media komunikasi. Isi pesan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.

3. Media

Dalam hal ini media merupakan sarana yang digunakan sebagai alat untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Dalam komunikasi massa media merupakan alat yang dapat menyambungkan sumber dan penerima yang memiliki sifat terbuka, dimana orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya.

4. Penerima

Penerima merupakan sasaran pesan yang disampaikan dari sumber. Penerima bisa berupa orang bahkan lebih.

5. Efek

Efek merupakan perbedaan oleh apa yang dirasakan, dipikirkan, kemudian dilakukan penerima sesudah maupun sebelum menerima pesan.

6. Umpan Balik

Umpan Balik berasal dari pesan dan media.

2.2 Pariwisata

Salah Wahab (Dalam Oka A Yoeti 2008: 111), menjelaskan Pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencarikepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Dalam Undang-undang Nomor 90 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sedangkan Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Di Era Modern seperti yang kita rasakan saat ini pariwisata dianggap sebagai bisnis modern yang sangat menjanjikan dan menjamin. Dan juga sebagai salah satu sektor industri yang mampu menghasilkan perubahan ekonomi dalam menyediakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan penghasilan pemerintahan dan masyarakat. Karena semua orang butuh yang namanya refreshing untuk menenangkan pikiran dengan cara berwisata. Jadi, produk pariwisata harus didesain dan dikemas dengan baik dan inovatif berbeda dengan wisata lainnya.

Mulai dari tempat, sarana dan prasarana serta akses agar wisatawan tertarik dan menikmati pariwisata.

Ada beberapa peranan dan manfaat pariwisata, yang antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Kesempatan berusaha bagi masyarakat semakin luas
- 2) Terciptanya lapangan kerja baru
- 3) Penghasilan masyarakat dan pemerintah meningkat
- 4) Terpeliharanya kelestarian budaya bangsa
- 5) Terpeliharanya lingkungan hidup
- 6) Memperkukuh persatuan dan kesatuan bangsa
- 7) Meningkatkan keamanan dan ketertiban masyarakat

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata merupakan berbagai jenis kegiatan wisata yang didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah, dan pengusaha. Peranan pariwisata sendiri yaitu sektor yang menunjang kemajuan suatu daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi daerah. Kebijakan ini diberlakukan atas dasar masyarakat daerah yang memiliki modal yang dapat diandalkan untuk kemajuan daerahnya, salah satunya dengan kegiatan pariwisata.

Ada beberapa jenis wisata yang bisa dijadikan sumber devisa negara:

- 1) Wisata Budaya

Sebanyak 1.128 suku bangsa yang beragam di Indonesia memperoleh keberagaman hasil budaya seperti alat musik, jenis makanan, jenis tarian, adat-istiadat, dan yang lain.

2) Wisata sejarah

Dari zaman prasejarah sampai era kemerdekaan bisa dijumpai pada seluruh museum yang berada di Indonesia tentang sejarah kebudayaan contohnya candi, museum keratin, museum perjuangan, dan yang lain sebagainya.

3) Wisata Alam

Wisata Alam terdiri dari wisata Flora dan Fauna, dimana Indonesia memiliki lebih dari 400 gunung berapi dan 130 termasuk gunung yang aktif.

4) Wisata belanja

Di Indonesia wisata belanja dibagi 2 macam yaitu jenis wisata belanja tradisional, yang cara transaksinya masih menggunakan proses tawar-menawar oleh pembeli dan penjual seperti di pasar buah Brastagi. Sedangkan pasar tradisional fenomenal hingga sekarang ini yaitu toko oleh-oleh krisna yang berada di Pulau Bali.

5) Wisata keagamaan atau wisata Religi

Wisata keagamaan merupakan objek wisata yang hingga saat sekarang ini masih populer di Indonesia contohnya masjid, makam, kuil, patung salib, dan lain sebagainya.

Dalam bidang pariwisata kearifan lokal dan potensi budaya masih tinggi hingga mengarah terhadap daya tarik wisata dimasa depan. Sehingga sangat perlu bentuk ide pengembangan wisata yang berdasarkan budaya dan kearifan lokal yang menjadi daya tarik bagi wisatawan.

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi merupakan cara mengatur agar terlaksananya operasi komunikasi supaya berhasil. Pada dasarnya strategi komunikasi merupakan manajemen dan perencanaan demi tercapainya suatu tujuan. Seorang pakar perencanaan komunikasi Midel Ton membuat definisi dengan menyebutkan bahwa strategi komunikasi ialah sebuah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi dimulai dari komunikator, pesan, saluran, penerima, hingga pengaruh yang dirancang demi mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Dalam buku *Techniques for Effective Communication* R.Waine Pace, Brant D. Paterson, dan M.Dalas Burnet (Efendy,2011:32) mengatakan tujuan central dari strategi komunikasi terdiri dari:

- 1) *To Secure Understanding*, memastikan komunikan memahami pesan yang diterimanya
- 2) *To Establish Acceptance*, membina penerima ketika komunikan telah mengerti dan menerima
- 3) *To Motivate Action*, kegiatan komunikasi tersebut dimotivasikan

Ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk menyusun strategi komunikasi menurut Anwar Arifin

- 1) Mengenal khalayak
- 2) Menyusun Pesan
- 3) Menetapkan Metode

2.4 Komunikasi Pariwisata

Istilah pariwisata sangat berkaitan dengan perjalanan wisata sebagai suatu perpindahan tempat tinggal sementara seseorang di luar dari tempat tinggal aslinya karena satu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang. Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah bisa dikatakan merupakan suatu gejala yang terjadi di dalam masyarakat. Karena adanya suatu ketertarikan antara daerah objek wisata yang memiliki daya tarik dan keindahan, masyarakat dan penduduk setempat.

Bungin (2015: 46) mengatakan komunikasi membantu berbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan baik di media komunikasi maupun konten komunikasi. Di media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata.

Komunikasi Pariwisata berkembang dengan adanya beberapa disiplin ilmu dalam satu kajian mengenai komunikasi dan pariwisata.

Ada tiga komponen penting komunikasi dalam kegiatan promosi :

- 1) Harus ada pihak yang bertindak sebagai sender atau pengirim pesan
- 2) Harus ada penerima yang akan menerima berita atau pesan dari komunikator
- 3) Harus ada media sebagai penyampaian pesan berupa channel atau saluran yang bertindak sebagai media saluran berita

Kajian komunikasi pariwisata mempunyai kedekatan biologis dengan adanya kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang menciptakannya.

Komunikasi mengadopsi teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Selain itu pariwisata menyumbangkan kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan.

Bersatunya beberapa disiplin ilmu, komunikasi pariwisata dipercayai sebagai kajian komunikasi dan pariwisata (dalam Bungin 2015). Komunikasi pariwisata mempunyai beragam acuan ilmu utama yang bisa dikembangkan untuk acuan ilmu yang dapat membuat kita tertarik. Di waktu mendatang acuan ini akan mengalami perkembangan bersamaan pada berkembangnya acuan di dalam komunikasi pariwisata. (Bungin, 2015: 94).

Menurut Burhan Bungin (2015) ada beberapa acuan-acuan ilmu mengenai komunikasi pariwisata sebagai berikut :

- 1) Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (TCM) atau disebut juga dengan (*tourism communication marketing*). Pada TCM ini menggali secara mendalam pada konteks komunikasi pemasaran.

- 2) Brand destinasi

Brand destinasi merupakan ilmu yang membahas mengenai suatu brand destinasi, brand destinasi yaitu media dan pesan pada konteks melalui suatu proses komunikasi pemasaran secara khusus dengan konteks pemasaran pariwisata.

- 3) Manajemen Komunikasi Pariwisata

Ulasan-ulasan penting yang terdapat didalam manajemen komunikasi pariwisata ini diaplikasikan dan dilakukan di bidang komunikasi pariwisata. Ilmu ini membahas tentang sebuah proses manajemen yang dipakai pada bidang komunikasi pariwisata.

4) Komunikasi Transportasi

Dalam pariwisata masyarakat membutuhkan informasi yang jelas mengenai akses menuju destinasi pariwisata. Oleh sebab itu informasi mengenai transportasi menuju destinasi pariwisata merupakan salah satu hal terpenting yang menjadi pertimbangan wisatawan sebelum melakukan berpariwisata.

5) Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata merupakan bidang desain grafis yang sangat berpengaruh di dalam industri pariwisata, pada penerapannya biasanya digunakan sebagai media promosi dan juga diterapkan pada industry kreatif untuk menghasilkan cinderamata dan oleh-oleh yang menggambarkan ciri khas dari destinasi wisata dan juga menjadi brand pariwisata.

6) Komunikasi Kelompok Pariwisata

Komunikasi kelompok pariwisata mengharuskan pemilik destinasi penguasa vanue pramuwisata dan panduwisata untuk bersinergi dengan baik. Bisnis pariwisata merupakan bisnis dijalankan berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi sesuatu hal yang penting. Hal lain yang juga penting dalam kajian komunikasi kelompok

pariwisata adalah penyelenggara event, kemampuan bertutur, dinamika kelompokkelompok, penguasaan sejarah destinasi dan vanue wisata.

7) Komunikasi *Online* Pariwisata

Media *online* digunakan media pemasaran dan digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam pariwisata. Saat ini media online memiliki lima kemampuan, yang pertama yaitu upload atau kemampuan menyimpan, yang kedua yaitu kemampuan mengolah informasi, ketiga yaitu download atau kemampuan mengeluarkan informasi, keempat menyebarkan informasi, dan kelima adalah kemampuan mengkonstruksi citra informasi.

2.5 Pengembangan Pariwisata

Kata pengembangan bisa diartikan sebagai manajemen. Manajemen berasal dari kata to manage yang memiliki artian mengatur, manajemen menurut G.R. Terry adalah sebuah proses yang terdiri atas tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang tujuannya adalah untuk mencapai target yang telah ditentukan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber sumber yang lainnya. Dan dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan merupakan proses yang sistematis, kooperatif, terkoordinasi juga terintegrasi. (Hasibuan, 2017: 1-3)

Sumber daya manusia merupakan faktor paling penting dalam melaksanakan sebuah program. Sumber daya manusia yang memiliki kualitas sangat dibutuhkan agar penerapan program tersebut menjadi efektif dan efisien. Masyarakat merupakan subjek atau pelaku dalam kegiatan perencanaan dan

pengembangan pariwisata, yang tentunya harus berjalan beriringan dengan para pemangku kepentingan, baik itu pemerintah maupun swasta. Masyarakat dan para pemangku kepentingan harus memiliki tanggung jawab dalam usaha keberhasilan pengembangan pariwisata yang ada diwilayahnya. Masyarakat sebagai penerima manfaat maksudnya adalah masyarakat memperoleh keuntungan ekonomi dari kegiatan pengembangan pariwisata.

Tidak hanya pemerintah namun pihak-pihak lain juga berperan penting dalam pengembangan wisata, khususnya dalam pengembangan infrastruktur yang tujuannya untuk menunjang pendapatan di sektor ekonominya. Kaiser dan Helber menjelaskan didalam bukunya bahwa perencanaan pariwisata dimulai dengan pengembangan pariwisata, daerah dimana komponen yang diutamakan adalah pembangunan fisik objek dan atraksi wisata. Setelah komponen tersebut terealisasikan, dapat dilihat bagaimana perkembangan jumlah wisatawan yang datang, jika ternyata mencapai target yang ditentukan, maka selanjutnya adalah memikirkan sistem sistem prioritas.

Dalam mengembangkan sektor Pariwisata perlu adanya hubungan yang baik antara pihak pemerintah ataupun swasta dan orang-orang yang diharapkan bisa menunjang kelanjutan pembangunan pada tempat wisata tersebut . Perencanaan yang baik dan tepat sangat diperlukan didalam pengembangan tempat wisata. Suatu tempat pariwisata berjalan sukses dan baik apabila melihat beberapa aspek . Aspek-aspek yang dimaksud disini ialah aspek aksesibilitas yaitu contohnya transportasi dan saluran pemasaran, infrastruktur pariwisata yang baik, tingkat interaksi sosial,

keterkaitan dengan sektor lain, daya tahan pada dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal, dan lain sebagainya.

Pemerintah daerah dapat melakukan pengembangan daerahnya berdasarkan ciri khas daerahnya masing-masing. Pemerintah daerah merupakan penentu terhadap maju atau tidaknya suatu daerah. Pemerintah daerah bebas berkreasi dan bereksresi serta harus mengeluarkan semua kemampuan dan keahlian yang dimiliki untuk mengembangkan daerahnya, hal itu dilakukan tentu harus berdasarkan dan tidak melanggar Undang-undang.

Kebijakan dan perencanaan yang efektif dan jelas sangat dibutuhkan dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan, agar para pembuat kebijakan serta para pemangku kepentingan yang terlibat harus bisa membuat kebijakan pariwisata yang tidak merugikan wisatawan dan masyarakat (Edgell, allen, smith, swanson, 2008). Singgalen (2017) menyatakan bahwa dalam elemen penting destinasi pariwisata diperlukan pemberdayaan masyarakat yang terpadu dan berkelanjutan. Menurut Sutawa (2012) pemberdayaan muncul sebagai upaya yang memberikan hak bersuara agar berpendat bagi komunitas lokal atau orang-orang pinggiran yang selama ini berada pada kondisi ketidakberdayaan.

Ada beberapa pokok yang mesti mendapat perhatian, dengan tujuan sebagai penunjang pengembangan pariwisata yang didalamnya terdapat perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya. Pokok-pokok tersebut meliputi 3 unsur yaitu:

- a. Objek dan daya tarik wisata

Dalam objek yang ditulis Titis Ariani dicantumkan kutipan menurut Suwarno yang mengatakan bahwa “Daya tarik wisata religi merupakan potensi yang menjadi pendukung kehadiran wisatawan untuk kesuatu tujuan wisata”. Daya tarik yang dimiliki objek wisata religi harus dikembangkan secara profesional untuk menarik minat wisatawan. Daya tarik yang dimiliki merupakan potensi besar dan merupakan unsur penting dalam pembangunan sebuah objek wisata religi dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan.

b. Sarana dan prasarana wisata

Sarana wisata merupakan syarat lengkapnya suatu daerah tujuan wisata yang dibutuhkan guna memberikan pelayanan serta apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Prasarana wisata ialah sebuah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang sepenuhnya diperlukan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanannya wisata yang dituju seperti contohnya jalan,air,listrik,telekomunikasi, jembatan, terminal, serta tempat beribadah.

c. Infrastruktur Wisata

Dalam jurnal yang ditulis Tri Suwarno mengatakan bahwa infrastruktur merupakan sesuatu yang menjadi pendukung fungsi dari sarana dan

prasarana wisata, baik berbentuk sistem pengaturan ataupun bangunan fisik yang berada diatas permukaan tanah dan lain-lain seperti:

- 1) Sistem pengairan dan distribusi air bersih
- 2) Sumber listrik dan energy lainnya serta distribusinya yang merupakan bagian terpenting dalam terciptanya sarana wisata yang memadai
- 3) Jalur transportasi umum dan tempat pemberhentian transportasi umum yang layak dan bebas hambatan, dengan begitu akses wisatawan menjadi lebih mudah dan efisien dalam mengunjungi objek wisata
- 4) Penerapan sistem komunikasi dengan baik, yang tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan mengirim dan menerima pesan dengan tepat cepat.

2.6 Wisata Religi

Wisata merupakan perjalanan yang dilakukan secara berulang kali dari satu tempat ke tempat yang lainnya sebagai suatu perjalanan yang terencana dan memiliki tujuan untuk mendapatkan kepuasan(Sinaga 2010: 12). Kegiatan wisata dilakukan seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan sekundernya yang berupa rekreasi atau penyegaran kembali setelah kebutuh primernya terpenuhinya.

Banyak bentuk sejarah peninggalan yang ditinggalkan oleh penyebaran agama islam di Indonesia, seperti masjid, makam, bekas kerajaan, adat istiadat dan lain sebagainya dimana umumnya pada saat ini bentuk-bentuk peninggalan tersebut dijadikan sebagai objek wisata. Kegiatan wisata yang berkaitan dengan keagamaan

biasa disebut dengan wisata religi. Wisata religi harus memiliki daya tarik dan objek yang bernuansa keagamaan yang dapat memberikan kesadaran akan kebesaran dan kekuasaan tuhan yang maha esa.

Wisata religi merupakan wisata yang berhubungan dengan keagamaan, sejarah, adat-istiadat, budaya dan kepercayaan terhadap umat yang ada pada lingkungan masyarakat. Individu ataupun sekelompok orang banyak melakukan perjalanan wisata. Wisata Religi adalah wisata yang terkait dengan agama, sejarahnya, adat-istiadat, budaya, kepercayaan umat di dalam lingkungan masyarakat.

Wisata ini banyak dilakukan oleh individu maupun sekelompok orang. Berkunjung ketempat-tempat yang suci contohnya masjid, makam-makam orang besar. Wisata yang berarti melakukan kunjungan atau perjalanan untuk melihat, menikmati dan mempelajari sesuatu dari tempat wisata tersebut. Baik itu mempelajari dari sisi geografis, icon, arsitektur yang terdapat pada tempat wisata itu serta keindahan alam ciptaan Allah Swt agar menumbuhkan rasa syukur di dalam diri wisatawan.

Adanya wisata religi adalah untuk mengambil pelajaran dan menumbuhkan kesadaran bahwa segala ciptaan Allah dan kehidupan didunia ini tidak kekal. Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil ibrah atau pelajaran dan ciptaan Allah atau sejarah peradaban manusia untuk membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia ini tidak kekal.

Menurut Mufid dalam Rosadi (2011: 13) fungsi-fungsi wisata religi adalah sebagai berikut:

- a. Untuk segala kegiatan baik di dalam ataupun luar ruangan, guna memberikan kesegaran dan semangat hidup jasmani maupun rohani.
- b. Sebagai tempat beribadah, sholat lima waktu., berdzikir dan berdoa.
- c. Sebagai tempat melakukan segala kegiatan keagamaan.
- d. Sebagai aktivitas kemasyarakatan.
- e. Untuk mendapatkan ketenangan lahir dan batin.
- f. Sebagai peningkatan kualitas manusia dan pengajaran
- g. (Ibroh)

Wisata religi dimaknai sebagai sebuah kegiatan mengunjungi suatu tempat yang memiliki makna khusus seperti:

- a. Masjid sebagai tempat melakukan beberapa kegiatan ibadah umat muslim, contohnya seperti melakukan I'tikaf, adzan dan iqomah
- b. Makam. Makam di dalam tradisi jawa mengandung kesakralan.

Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan (Suryono Agus, 2014 : 7)

- c. Candi merupakan sebuah unsur yang ada pada jaman purba, yang kemudian kedudukannya digantikan oleh makam.

Tujuan Wisata Religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah. Mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran (Ruslan, 2017: 10).

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari melakukan wisata religi, yaitu :

- a. Menenangkan fikiran

- b. Menambah wawasan dan meningkatkan keimanan kepada sang pencipta.
- c. Menambah pengetahuan tentang objek yang sedang dikunjungi
- d. Meningkatkan pola pikir tentang keagamaan menjadi lebih matang.

2.7 Kerangka Teoritis

a. Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik tidak dapat dipisahkan dari pemikiran George Harbert Mead (1863-1931). Teori ini berfokus pada hubungan antara simbol dan interaksi. Teori Interaksi Simbolik merupakan teori yang mempunyai pandangan bahwa suatu makna dibentuk oleh proses komunikasi. Adanya makna sebagai bentuk pemahaman pesan yang disampaikan oleh orang lain. Hubungan simbol dengan komunikasi ada pada salah satu prinsip komunikasi yang diutarakan Mulyana (2010:83) tentang komunikasi merupakan suatu proses simbolik.

Menurut Ernst Cassirer dalam Mulyana (2008:92) berpendapat bahwa keistimewaan manusia dari makhluk yang lainnya adalah mereka disebut juga sebagai *animal symbolicum*. Lambang atau simbol merupakan sesuatu yang dipakai guna menunjuk sesuatu lainnya. Teori interaksi simbolik memfokuskan pada dua hal yaitu pertama, manusia di lingkungan masyarakat tidak terlepas dari adanya interaksi social. Kedua, interaksi di dalam masyarakat menimbulkan adanya simbol-simbol yang sifatnya dinamis.

Menurut Fisher, interaksi simbolik yaitu teori yang memandang sebuah realitas social yang diciptakan manusia. Sedangkan manusia itu sendiri memiliki kemampuan melakukan interaksi secara simbolik. Setiap interaksi membutuhkan

adanya simbol-simbol tertentu. Interaksi simbolik terlahir karena adanya ide-ide dasar yang membentuk makna yang bersumber dari pikiran manusia. Ralph Larossa dan Donald C.Reitzes (1993) dalam West-Turner (2008:96), mengatakan bahwa interaksi simbolik pada dasarnya menjelaskan mengenai kerangka referensi guna memahami bagaimana manusia dengan orang lain, bagaimana cara dunia membentuk perilaku manusia.

Teori interaksi simbolik apabila ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah sangat perlu diperankan pengembangan pariwisata baik mancanegara baik dalam negeri. Komunikasi sebagai inti pengembangan dan interaksi antara satu dan lainnya sangat lah perlukan guna mendapatkan pesan.

Komunikasi juga sangat penting dalam pengembangan dan perubahan, dengan adanya komunikasi interaksi juga terkordinir secara bertahap dan menghasilkan perubahan. Dalam komunikasi juga diperlukan symbol sebagai peranan kedua dalam pengembangan objek wisata, dimana symbol ini dapat menarik minat wisatawan datang berkunjung ke tempat wisata tersebut, symbol ini juga memfokuskan dilingkungan masyarakat tidak terlepas dari adanya interaksi social.

Interaksi simbolik dengan adanya ide/gagasan bersumberkan dari fikiran manusia. Dalam interaksi simbolik dimana wisatawan dapat mengerti dan memahami makna dari pariwisata, dijelaskan bahwa interaksi simbolik ini dapat menjelaskan bagaimana manusia memahami orang lain, dan bagaimana membentuk perilaku manusia, simbol ini juga membentuk peranan dalam interaksi secara dinamis.

b. Teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision Action*)

Teori AIDDA adalah salah satu teori dasar yang banyak dipakai dalam dunia marketing sebagai tahapan yang harus diingat dalam proses penjualan sebuah produk atau jasa. Menurut model ini, alat promosi harus menarik perhatian, mendapatkan dan mendorong minat, membangkitkan keinginan. Model AIDDA sebuah proses pengambilan keputusan pembelian, maksudnya disini adalah proses yang berawal dari tahap menaruh perhatian terhadap barang dan jasa, lalu apabila berkesan selanjutnya ia melangkah pada tahap ketertarikan agar mengetahui lebih jauh tentang sebuah keistimewaan produk atau jasa tersebut, apabila ia tertarik maka berlanjut pada tahap hasrat atau ingin karena barang dan jasa yang ada sesuai dengan apa yang diinginkannya. Jika keinginannya sangat kuat baik itu keinginan dari dalam maupun rangsangan dari luar maka konsumen atau pembeli akan mengambil sebuah keputusan membeli barang dan jasa yang di tawarkan.

Seorang pemasar harus mengetahui bahwa pesan yang disajikan tentang AIDDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*), yaitu:

- a. Perhatian (*Attention*) : Timbulnya sebuah perhatian pelanggan berarti sebuah pesan harus menimbulkan perhatian baik dalam bentuk dan media yang disampaikan. Perhatian tersebut mempunyai tujuan yaitu baik umum ataupun khusus kepada calon konsumen atau konsumen yang akan dijadikan target sasaran.
- b. Ketertarikan (*Interest*) : Apabila tertarik akan memunculkan rasa ingin tahu, mencoba mengamati, dan ingin terjadi mendengar serta melihat

lebih dalam. Itu terjadi karena minat yang membuat konsumen tertarik akan sebuah pesan yang ditujukan.

- c. Keinginan (*Desire*) : Adanya keinginan karena sebuah pemikiran. Hal ini berhubungan dengan motif dan motivasi konsumen untuk membeli sebuah produk.
- d. Keputusan (*Decision*) : Adanya keputusan untuk membeli sebuah produk
- e. Tindakan (*Action*) : Tindakan terjadi karena adanya keinginan yang begitu kuat bagi konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan

AIDDA merupakan sebuah tahapan dari tujuan dari media promosi yaitu iklan. Promosi melalui tahap ini sebagai faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu iklan online, dengan begitu akan mendorong dan meningkatkan minat para calon pembeli atau meningkatkan kepuasan konsumen. Melalui internet komunikasi akan terjaga. Bagi konsumen di Indonesia mereka menganggap internet merupakan salah satu sarana untuk memperoleh sebuah informasi produk dan jasa. Informasi yang semakin banyak dicari oleh masyarakat, maka semakin banyak pula pengguna online yang menggunakan media *online shop* sebagai pemenuhan barang dan jasa.

Internet mempunyai daya tarik bagi para konsumen ataupun sebuah organisasi. Hal itu di dorong dari bahwa internet sangat mudah di akses 24 jam, dimana saja dan kapan saja. Media massa sebagai alat perantara yang digunakan untuk iklan contohnya: majalah, Koran, dll. Media elektronik contohnya televisi,

radio, handphone, dll. Media elektronik yang disebut dengan media online atau bisa disebut dengan internet. Internet memiliki peran sebagai alat penyampaian pesan.

Di tarik kesimpulan teori AIDDA ini adalah proses pengambilan keputusan artinya proses menaruh perhatian barang dan jasa. Teori ini juga dapat menarik konsumen untuk membeli suatu produk yang di kelola sedemikian menarik. Dikaitkan dengan pengembangan pariwisata sangatlah penting karena dimana segala bentuk produk yang ditampilkan di suatu tempat dapat menarik wisatawan dan juga meningkatkan SDM masyarakat.

Teori AIDDA ini juga dapat menarik berbagai bentuk pemasaran untuk pengembangan wisata, kemudian teori ini juga dapat memperhatikan sebuah produk untuk dikelola sedemikian rupa agar konsumen dan pengunjung tertarik dan adanya minat beli konsumen untuk memiliki barang yang di pasarkan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa teori ini sangatlah penting dalam suatu pengembangan karena dimana perhatian, keterkaitan, keinginan, tindakan bersatu dalam teori ini. Maka dari itu teori ini berperan dalam peningkatan wisatawan dan juga SDM masyarakat. Teori ini juga tahan dalam pengembangan iklan dan juga promosi, dan sebagai daya tarik. Sebagai contoh internet sebagai daya tarik dalam mempromosikan dan juga membuat iklan agar pengembangan suatu wisata dapat berkembang dengan pesat. Dan juga media massa sebagai perantara yang digunakan untuk iklan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan cara peneliti untuk menemukan dan mencari perbandingan terkait inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, dan juga

kajian terdahulu membantu penelitian. Pada bagian ini peneliti memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang ingin dilakukan, selanjutnya membuat ringkasannya, Beberapa hasil penelitian terkait dengan “Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru”

1. **Ardinal Chandra** yang berjudul “*Strategi Komunikasi Religius Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Oleh Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu*” tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif, teknik pengumpulan data dari penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mendeskripsikan tentang seorang komunikator harus mempunyai komunikasi yang baik, dimana seorang harus memiliki pengetahuan dan pengalaman yang nyambung atau relevan dengan topik yang disampaikan sehingga komunikan percaya dengan apa yang disampaikannya. Badan pengelola harus memperhatikan komunikator dalam memberikan pelayanan atau pemandu kepada pengunjung. Komunikator dalam memberikan sebuah informasi harus memiliki kemampuan mempelajari sejarah, mengetahui fasilitas yang ada, serta menjawab dengan bahasa yang baik dan mudah dipahami apabila ada pertanyaan dari pengunjung, sehingga pengunjung merasa diberi pelayanan yang baik oleh pemandu Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Strategi komunikasi Badan Pengelola dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata di Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu

cukup baik. Badan pengelola menggunakan beberapa media untuk mempromosikan Masjid tersebut seperti media massa : televisi, radio, baliho dan lain-lain. Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian ini adalah persamaan dalam menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dan objek penelitian yaitu sama-sama meneliti Masjid. Persamaan lainnya terletak pada cara mempromosikan wisata masjid. Sedangkan Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu Objek dan lokasi penelitiannya berbeda, serta perbedaan lainnya yaitu yang diteliti penulis mengenai perencanaan komunikasi, sedangkan penelitian terdahulu meneliti bagaimana strategi komunikasinya.

2. **Moch. Musafa'ul Anam** yang berjudul *“Strategi Ikonik Wisata Untuk Memperkenalkan Kota Malang Sebagai Salah Satu Sestinasia Wisata Religi”* tahun 2017. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif, penelitian ini mendeskripsikan tentang tingginya jumlah wisatawan yang datang ke Malang menunjukkan bahwa kota ini tetap menjadi salah satu tujuan wisata favorit. Kota Malang sangat memiliki potensi untuk dikembangkan, terutama yang berbasis dengan sumber daya lokal. Maka dari itu, kota malang membutuhkan satu konsep wisata baru yang mampu menarik jumlah turis untuk datang berkunjung ke Malang. Pembangunan kota malang diarahkan sebagai kota tujuan yang didukung oleh wisata religi, wisata kuliner serta wisata minat khusus. Berdasarkan potensi wisata yang telah ditetapkan oleh isu strategis kota Malang tahun

2013-2018, yang ingin dikembangkan oleh pemerintah kota yaitu wisata religi yang dianggap memiliki potensi sebagai tempat wisata. Hal ini dilakukan karena kota Malang mempunyai banyak bangunan tempat ibadah yang ikonik dan mempunyai nilai sejarah yang begitu tinggi contohnya seperti masjid Agung Jami' Malang, klenteng Ang En Kiong, gereja Katedral Kayutangan dan masih banyak lagi. Selain itu, kota Malang juga memiliki sisi religius lainnya seperti di kota Malang ada beberapa kampung yang ditinggali oleh mayoritas kelompok religi tertentu, contohnya kampung arab, dan pecinan dimana disana terdapat rumah tua bekas peninggalan Belanda. Hal-hal tersebut membuat kota Malang dikenal sebagai salah satu kota yang menjadi tujuan wisatawan untuk berwisata religi. Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian ini adalah persamaan dalam menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu objek dalam penelitian ini tidak terfokuskan pada satu objek saja, melainkan ada pada beberapa objek.

3. **Ophelia Firsty, Ida Ayu Suryasih** yang berjudul "*Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi*" Tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan mendeskripsikan perkembangan candi dari berbagai aspek pengembangan pariwisata. Untuk mendapatkan data dilapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai candi Muarajambi. Kawasan percandian Muarajambi merupakan peninggalan Kerajaan Malayu

Kuno Dan Sriwijaya yang menjadi pusat peribadatan agama Buddha terluas di Nusantara pada abad VII-XIII. Kawasan Candi Muara Jambi merupakan Kawasan Strategis Nasional, Kawasan Cagar Budaya Nasional. Kawasan candi muaro jambi juga mempunyai kolam kuno yang dikenal dengan sebutan kolam Tanggo Raja dan kanal kuno yang dinamai Parit Sekapung, Parit Johor, Parit Melayu. Ada beberapa kegiatan religi yang dapat dilakukan di Candi Muaro Jambi yaitu meditasi dan pradaksina. Pradaksina merupakan ritual mengelilingi suatu objek yang dianggap suci, seperti candi, gambar orang suci, makam orang suci, patung orang suci, dan lain sebagainya. Sesuatu yang bisa diambil pelajaran bagi wisatawan Candi Muaro Jambi yaitu sejarah dari pendidikan agama buddha, yang menjadi daya tarik wisata berkunjung ke Candi Muaro Jambi yaitu bisa melakukan ritual agama Buddha.

Persamaan antara penelitian penulis dengan penelitian ini adalah persamaan dalam menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik yang digunakan peneliti yaitu teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, persamaan berikutnya sama sama meneliti tentang wisata religi, dan sama sama membahas mengenai pengembangan. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti penulis yaitu objek yang diteliti berbeda, penulis ini membahas mengenai Candi, sedangkan yang dibahas oleh penulis yaitu Masjid. Dalam pengembangannya juga terdapat perbedaan, serta cara mempromosikan wisata religi nya juga memiliki perbedaan.

4. Desy Aryanti, S.T.,M.A. yang berjudul *“Model Pengembangan Kawasan*

Makam Syekh Burhanuddin Sebagai Kawasan Religi” tahun 2017. Metode pendekatan dalam penelitian ini: keruangan/spasial, deskriptif, normatif, pendekatan terpadu. Penelitian ini mendeskripsikan tentang kawasan makam Syekh Burhanuddin. Nagari Ulakan ada di Kecamatan Ulakan Kabupaten Padang Pariaman, sebagai kawasan pusat pengembangan agama Islam. Disana umat agama Islam melakukan beberapa kegiatan keagamaan salah satunya kegiatan yang banyak dikenal yaitu ber-Syafar, merupakan melakukan kunjungan ziarah ke kawasan makam Syekh Burhanuddin sebagai Ulama Besar Syatariah. Kawasan Syekh Burhanuddin ini sudah dijadikan sebagai situs cagar budaya, dan menjadi salah satu kawasan yang strategis di Kabupaten Padang Pariaman. Kawasan ini belum sejalan dengan kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai dalam melakukan aktifitas keagamaan maupun aktifitas wisata yang berkembang. Selain itu, pengembangan pada kegiatan nilai-nilai sakralitas dan religius belum secara optimal didorong. Oleh karena itu, sangat diperlukan upaya untuk mengoptimalkan fungsi pelayanan dan pengembangan aktifitas melalui penataan ruang kawasan makam. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini yaitu memberikan alternatif model pengembangan kawasan makam sebagai kawasan wisata religi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang wisata religi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terdapat pada objek yang diteliti, metode pendekatan dalam penelitian ini juga berbeda serta perbedaannya terletak pada pengembangannya.

5. **Tisa Angelia, Eddy Imam Santoso** yang berjudul "*Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi Bukit Surowiti di Kecamatan Panceng, Gresik*" Tahun 2019. Sumber data pada penelitian ini terbagi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi. Pengumpulan data sekunder adalah dengan studi literatur dan telaah dokumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksploratif dengan teknik analisis SWOT. Penelitian eksploratif dilakukan dengan mencari dan menghimpun informasi untuk merumuskan suatu hipotesis. Kabupaten Gresik merupakan kawasan yang menjadi salah satu tujuan untuk berwisata, terutama wisata religinya. Objek wisata religi tersebut seperti makam Sunan Giri dan Maulana Malik Ibrahim. Kedua objek wisata tersebut banyak dikunjungi oleh wisatawan dan menjadi ikon Kota Gresik sebagai Kota Wisata Wali. Salah satu objek wisata di Gresik yang terdiri dari objek wisata religi yang berupa makam dan petilasan pemuka agama islam serta wisata alam berupa gua disebut juga dengan sebutan Bukit Surowiti. Dilihat dari perkembangannya, wisata tersebut belum maksimal dalam pengelolaannya dan dalam mempromosikannya. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi Wisata Bukit Surowiti. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama sama memakai sumber data primer dan sekunder, sama sama membahas wisata religi. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya serta objek yang dibahas pada penelitian ini.

BAB III

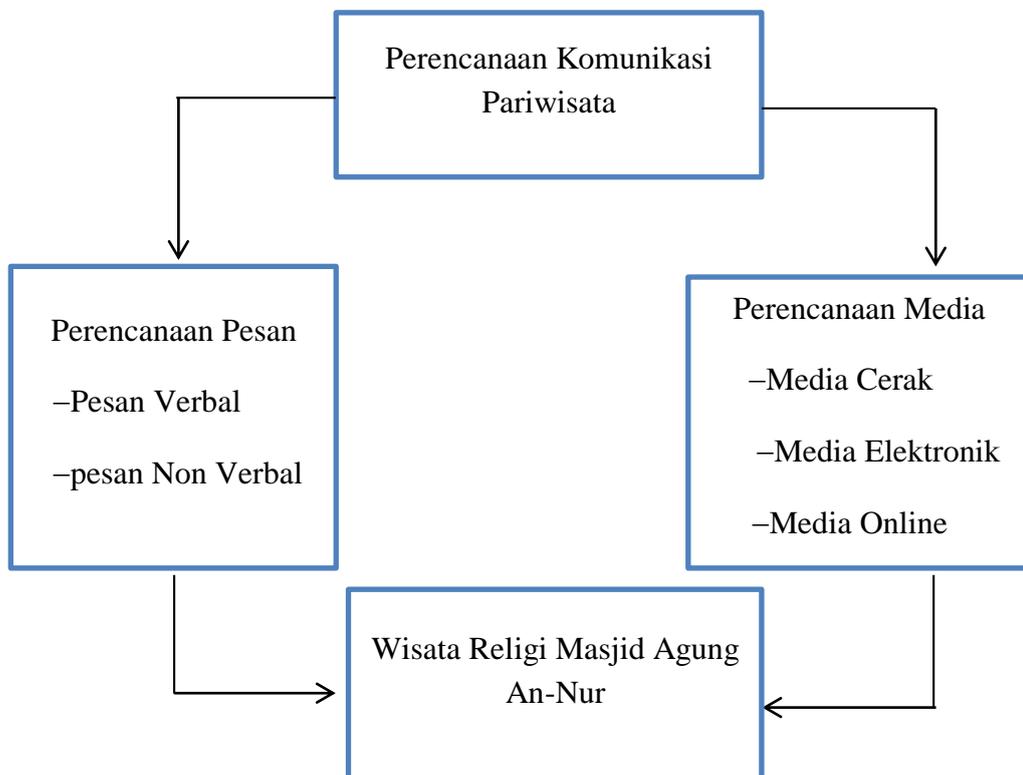
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan eksplorasi dan kalsifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang ditemukan dan berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penelitian ini kemudian dilanjutkan dengan meneliti serta menelaah dana menjelaskannya dari faktor-faktor yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti.

3.2 Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



3.3 Definisi Konsep

1. Perencanaan komunikasi merupakan sebuah proses bagian dari perencanaan,
2. Pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi atas beberapa kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan pengelolaan objek wisata. Berbagai kebijakan pemerintah terkait pengelolaan dan pengembangan suatu objek wisata
3. Perencanaan Pesan

–Pesan Verbal

Simbol atau pesan verbal merupakan segala macam simbol yang memakai satu kata atau lebih. Bahasa juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana,2015). Bahasa diartikan sebagai seperangkat simbol, dimana adanya aturan untuk menyatukan simbol-simbol tersebut, yang dipakai dan dimengerti oleh suatu komunitas.

–Pesan Non Verbal

Komunikasi atau pesan nonverbal yaitu komunikasi yang memakai pesan-pesan nonverbal. Kata nonverbal sering dipakai untuk menggambarkan seluruh peristiwa komunikasi di luar kata-kata yang terucap dan tertulis.

4. Perencanaan Media

–Media Cetak

Eric Barnow mengemukakan tentang media cetak mempunyai pengertian bahwa semua benda dan barang yang dicetak dan tujuan untuk umum. Berbagai macam bentuk barang yang dicetak seperti majalah, surat kabar, atau lainnya

dengan tujuan untuk memberikan sebuah informasi atau pesan komunikasi kepada masyarakat luas, merupakan pengertian dari media cetak.

–Media Elektronik

Media Elektronik merupakan sebuah informasi atau data yang dibuat, disebarkan dan diakses melalui suatu bentuk elektronik, contoh media elektronik yaitu : Televisi, radio, handphone, dan alat lain yang mampu mengirimkan dan menerima sebuah informasi melalui elektronik. (Surya, 2012).

Sedangkan menurut KBBI (Kamus Besar Indonesia) media elektronik merupakan sarana media massa yang memakai alat-alat elektronik yang modern, contohnya seperti televisi, radio, computer, handphone, dll (Alwi, 2017).

–Media Online

Manusia memenuhi kebutuhannya dengan media massa, manusia mampu mencukupi kebutuhannya dengan berbagai hal melalui media massa. Media online merupakan model baru jurnalisme karena mempunyai serangkaian fitur dan ciri khas dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur yang unik mampu menawarkan kemungkinan-kemungkinan yang tidak ada batasnya di dalam memproses dan menyebarkan berita atau informasi (Septiawan Santana K, 2015: 137).

5. Wisata Religi Masjid Agung An-nur

Wisata Religi merupakan wisata yang berhubungan dengan keagamaan, adat-istiadat, sejarah, budaya, kepercayaan umat di dalam lingkungan masyarakat. Individu ataupun sekelompok orang banyak melakukan wisata tersebut. Pergi berkunjung ke tempat-tempat yang suci misalnya masjid, makam-makam orang besar. Wisata memiliki artian berkunjung atau melakukan sebuah perjalanan untuk

melihat, menikmati. Dan mengambil suatu pelajaran dari tempat wisata tersebut. Seperti mengambil pelajaran dari sisi geografis, arsitektur, icon yang ada pada tempat wisata tersebut serta dengan keindahan alam yang diciptakan Allah Swt dengan tujuan menambah rasa syukur di dalam diri wisatawan.

Tujuan melakukan wisata religi yaitu mengambil ibrah dan pelajaran atas apa yang telah diciptakan Allah, agar hati manusia terbuka dan sadar bahwa tidak ada yang hidup kekal didunia ini. Masjid Agung An-nur Riau di Pekanbaru disebut juga dengan Taj Mahalnya Provinsi Riau. Disamping itu, masjid Agung An-nur adalah salah satu masjid yang paling megah di Indonesia. Masjid Agung An-nur mempunyai nilai artistik yang tinggi dengan pencampuran dari gaya arsitektur Melayu, Turki, Arab, dan India.

Wisata Religi memiliki makna yaitu melakukan perjalanan keagamaan melengkapi kebutuhan spiritual, agar jiwa yang redup kembali terang oleh pelajaran yang dapat diambil dalam religi. Oleh karenanya, objek wisata religi mempunyai artian yang sangat luas, seperti setiap tempat yang mampu menumbuhkan rasa religiusitas mampu memperluas wawasan serta pengalaman keagamaan serta memupuk dan memperdalam rasa spiritual. (Chotib, 2015: 414)

3.4 Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Kategorisasi
<p>Perencanaan Komunikasi</p> <p>Pariwisata dalam Pengembangan wisata religi di Kota Pekanbaru</p>	<p>Komunikasi Pariwisata</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan Pesan <ol style="list-style-type: none"> a. Pesan Verbal yaitu (pesan yang disampaikan secara lisan atau penyampaian langsung, contohnya dengan adanya promosi iklan atau spanduk untuk mempromosikan objek wisata) b. Pesan Non Verbal (pesan yang disampaikan menggunakan isyarat, contohnya seperti kubah dan menara yang terdapat diatas masjid, serta kolam air yang terdapat di halaman masjid) 2. Perencanaan Media <ol style="list-style-type: none"> a. Media Cetak (contohnya seperti majalah dan Koran) b. Media Online (contohnya seperti instagram, facebook dan twitter) c. Media Elektronik (contohnya seperti televisi, dan youtube)

3.5 Informan atau Narasumber

Informasi atau narasumber adalah orang-orang yang terlibat di dalam objek penelitian yang akan dimanfaatkan penulis dalam mencari informasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Dalam konteks ini narasumber pada penelitian ini adalah Dinas Pariwisata sebanyak 2 orang, wisatawan sebanyak 3 orang, pengelola Masjid Agung An-nur sebanyak 2 orang. Jadi, informan atau narasumber berjumlah 7 orang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data data dan informasi lengkap yang dibutuhkan peneliti sebagai rujukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data yang meliputi, dalam pengumpulan observasi, yaitu mengamati langsung objek yang diteliti terhadap fenomena atau gejala yang dilakukan secara relevan dengan masalah penelitian untuk mendapatkan data yang di perlukan.

1. Data Primer

a. Wawancara

Yaitu dengan pengumpulan data dengan melakukan wawancara atau tanya jawab dengan menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis yang akan diajukan guna memperoleh informasi yang dibutuhkan. Menurut Moleong (2010: 186) wawancara dengan melakukan percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yang disebut juga dengan wawancara (Interview)

b. Observasi

Yaitu mengadakan peninjauan langsung lapangan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang diperlukan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dengan melakukan pengamatan langsung. Informasi yang diperoleh harus bersifat objektif dan nyata.

Cartwright (Dalam Haris, 2010: 1310) mengartikan Observasi merupakan sebuah proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam tindakan untuk suatu tujuan tertentu. Observasi yaitu sebuah kegiatan mengumpulkan data yang dipakai untuk memberikan sebuah kesimpulan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan fasilitas untuk mengabadikan sebuah momen, baik foto, rekaman dan lain-lain.

2. Data Sekunder

Peneliti mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen, buku-buku maupun catatan-catatan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti:

a. Kepustakaan

Yaitu data-data yang bersumber dari literature dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian.

b. Studi Dokumentasi

Merupakan teknik penumpulan data dengan cara mengumpulkan dan mempelajari dokumen-dokumen untuk mendapatkan data dan informasi yang sesuai dengan masalah yang sedang diteliti.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2010: 247) teknik analisis data yang digunakan adalah teknis analisis dan data kualitatif, yaitu dengan menyuguhkan data dari berbagai macam sumber data. Analisis data dalam penelitian kualitatif di lakukan pada saat dan sebelum terjun langsung ke lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan. Guna menganalisis data yang didapatkan melalui observasi, interview, dan dokumentasi.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru, Riau sesuai dengan lokasi objek yang diteliti yaitu Masjid Agung An-Nur Pekanbaru. Objek penelitian ini terletak di Jl Hangtuah Ujung, Sumahilang, Kec Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau. Lokasi penelitian merupakan tempat untuk memperoleh data yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini. Agar mendapatkan informasi yang valid dan terhindar dari kekeliruan dan manipulasi sebuah data. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada Maret 2021 hingga Juni 2021.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang terpenting dalam melakukan sebuah penelitian karena tanpa adanya objek, sebuah penelitian tidak mungkin dapat dilakukan dan diselesaikan. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek

penelitian yaitu Masjid Agung An-Nur. Masjid Agung An-Nur terletak di Jl Hangtuah Ujung, Sumahilang, Kec Pekanbaru Kota, Kota Pekanbaru, Riau. Awal mula Masjid Agung An-Nur dibangun dimulai pada tahun 1962 dan selesai pada tahun 1968 dibawah pimpinan Gubernur Riau kedua yaitu Kharudin Nasution. Kemudian diresmikan pada 27 Rajab 1388 Hijriah atau tepatnya pada 19 Oktober 1968 oleh gubernur Arifin Achmad. Masjid Agung An-Nur merupakan masjid yang termegah di Indonesia dan disebut juga sebagai Taj Mahalnya Provinsi Riau, dilihat dari nilai artistik bangunannya. Dilihat dari sisi bangunannya, masjid ini mempunyai nilai artistic yang sangat tinggi dengan adanya perpaduan pengaruh dari gaya arsitektur Melayu, Turki, Arab dan India. Masjid Agung An-Nur ini, Selain sebagai tempat untuk beribadah, Masjid Agung An-Nur juga digunakan sebagai sarana berolahraga bagi masyarakat yang berada di sekitar Masjid Agung An-Nur, juga sebagai tempat acara-acara keagamaan seperti Manasik Haji dan Umroh, Tablik Akbar. Halaman yang sangat luas serta ditanami pohon kurma disekelilingnya membuat Masjid Agung An-Nur sangat enak dipandang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis akan menjelaskan hasil penelitian yang berjudul “Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru”. Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis mengambil data dalam bentuk wawancara, selanjutnya hasil wawancara akan dianalisis dan dijelaskan dalam bentuk narasi. Setiap pertanyaan yang diajukan kepada informan sesuai dengan porsinya masing-masing.

Dalam penelitian ini penulis mewawancari 7 narasumber secara langsung, 7 narasumber ini terdiri dari dua orang dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau, dua orang dari pengelola Masjid Agung An-Nur, dan tiga orang wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung An-Nur. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan komunikasi dalam pengembangan wisata religi di Kota Pekanbaru khususnya di Masjid Agung An-Nur, akan dijelaskan pada hasil wawancara berikut ini:

1) Informan 1

Nama Lengkap : Cecep Iskandar S.Hut, MIP
Jabatan/Pekerjaan : Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi
Pariwisata
Tempat Tgl Lahir : Sumedang, 22 September 1977
Usia : 42 Tahun
Agama : Islam
Alamat : Jl. Cipta Karya Pekanbaru

Cecep Iskandar adalah informan pertama didalam penelitian ini, Cecep Iskandar menjabat sebagai Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi Pariwisata Provinsi Riau.. Cecep sudah menjabat sebagai Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi Pariwisata Provinsi Riau sejak tahun 2018. Cecep yang memiliki suku Sunda dan lahir di Sunda, Cecep merantau ke Pekanbaru lalu bertemu jodoh orang asli Pekanbaru yang pada akhirnya Cecep menetap di Pekanbaru sampai sekarang. Pertama, peneliti bertemu dengan Cecep selaku Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi Pariwisata Provinsi Riau yang berlokasi di Ruang Destinasi Wisata.

Peneliti tidak langsung mewawancari Cecep, melainkan berbincang-bincang terlebih dahulu sembari memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Orang yang memiliki suku Sunda sangat terkenal dengan keramahannya, begitulah Cecep saat bertemu diruangannya ia sosok yang sangat ramah, setelah lama berbincang-bincang peneliti pun meminta izin untuk memulai proses wawancara demi mendapatkan data dan informasi dalam peneltian.

2) Informan 2

Nama Lengkap : Ridho Adriansyah, S..STP

Jabatan/Pekerjaan : Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya
Pariwisata

Tempat Tgl Lahir : Rengat 14 September 1983

Usia : 37 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jl. Permata Sari, Pekanbaru

Ridho Adriansyah merupakan informan kedua dalam penelitian ini, Di usianya yang terbilang masih cukup muda beliau sudah memiliki jabatan sebagai kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata. Ridho yang memiliki suku asli Melayu. Saat pertama bertemu di ruangnya beliau ialah sosok yang kaku dan formal, sehingga peneliti merasa canggung dan gugup pada saat itu.

Tanpa adanya basa basi, peneliti langsung meminta izin untuk memperkenalkan diri terlebih dahulu, setelah itu peneliti melangsungkan tanya jawab kepada Ridho. Selanjutnya, saat selesai melakukan tanya jawab kepada Ridho, peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ridho dan meminta izin untuk berfoto bersama didepan ruangnya. Pada saat usai berfoto, Ridho mengajak peneliti untuk berbincang-bincang ringan. Lalu, beberapa menit kemudian saat sudah selesai berbincang dengan Ridho, peneliti pamit dan mengucapkan banyak terimakasih.

3) Informan 3

Nama Lengkap : Addin, SIP

Jabatan/Pekerjaan : Humas Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau

Tempat Tgl Lahir : Air Panas, 4 Januari 1987

Usia : 30 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jl. Indrapuri Blok D no 2, Pekanbaru

Addin merupakan informan ketiga dalam penelitian ini, pada lima tahun pertama pada tahun 2019 jabatan Addin sebagai bagian dari kepengurusan Masjid, lalu menjabat sebagai Humas di Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau baru berjalan

delapan bulan terhitung dari tahun 2020 Addin yang berasal dari suku Melayu. Awal mula Addin bisa menjabat di usianya yang sangat muda sebagai Humas di Masjid Agung An-Nur tersebut ialah selain semasa muda atau duduk dibangku kuliah Addin sempat tinggal di Masjid Agung An-Nur tersebut, dan juga pada saat ada acara di Masjid Agung An-Nur Addin ditunjuk untuk menjadi MC.

Saat menjadi MC, banyak dari pengurus-pengurus Masjid yang tertarik dengan Addin. Maka dari itu, Addin menjabat sebagai Badan Pengelola Masjid Agung An-Nur bagian humas. Saat pertama bertemu dengan Addin, peneliti bertemu di ruangnya beliau sosok yang ramah. Peneliti memperkenalkan diri terlebih dahulu, setelah memperkenalkan diri peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada Addin. Saat peneliti usai melakukan wawancara, peneliti izin untuk berfoto dengan Addin sebagai dokumentasi bagi peneliti dan tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih kepada Addin atas waktu dan kesempatannya.

4) Informan 4

Nama Lengkap : Rudi Hartono, S. Sos., MP

Jabatan/Pekerjaan : Kepala Seksi Tata Usaha

Tempat Tgl Lahir : Baserah Kuantan Singingi, 5 Agustus 1971

Usia : 50 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jl. Gunung Kidul Tangkerang Timur, Pekanbaru.

Rudi merupakan informan keempat dalam penelitian ini, Rudi menjabat sebagai Kepala Seksi Tata Usaha di Masjid Agung An-Nur dari tahun 2019, Selain sibuk bekerja sebagai Kepala Seksi Tata Usaha Masjid Agung An-Nur, Rudi juga

bekerja di kantor Gubernur Provinsi Riau sebagai Kepala Bagian Kesra Pelayanan Dasar Biro Kesra Gubernur Provinsi Riau. Karna pekerjaan beliau yang cukup padat membuat peneliti sulit untuk bertemu dengannya, walau sudah membuat janji.

Pada saat hari dimana peneliti mewawancari Rudi, peneliti menunggu hampir satu jam setengah di depan ruangnya. Peneliti memaklumi itu karna pekerjaan Rudi yang sibuk. Setelah Rudi tiba di Masjid Agung An-Nur, beliau menyapa peneliti dan mengajak keruangan beliau. Hingga sesampainya diruangan, peneliti tidak langsung melakukan wawancara, melainkan peneliti memperkenalkan diri terlebih dahulu serta berbincang-bincang.

5) Informan 5

Nama Lengkap : Ririn Novelia

Jabatan/Pekerjaan : Guru Tahfiz

Tempat Tgl Lahir : Bongkal Malang, 14 November 1997

Usia : 23 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jl. Garuda Sakti, Pekanbaru

Ririn merupakan informan kelima pada penelitian ini, Ririn bekerja sebagai karyawan swasta di Pekanbaru. Dengan usianya yang terbilang masih muda ia harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Saat bertemu dengan Ririn di lokasi penelitian Masjid Agung An-Nur Ririn ialah sosok yang ramah dan sopan, bahkan di sela wawancara Ririn juga suka bercerita sehingga terkesan lebih komunikatif. Dengan pakaian Ririn yang agamis mencerminkan

Ririn memang sosok yang ramah tamah. Ririn menyebutkan bahwa kunjungannya ke Masjid ini bukan yang pertama kali namun sudah sangat sering karena tempat kerja Ririn tidak jauh dari Masjid Agung An-Nur.

6) Informan 6

Nama Lengkap : Rani
 Jabatan/Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 Tempat Tgl Lahir : Desa Penghidupan, 16 Mei 1990
 Usia : 30 Tahun
 Agama : Islam
 Alamat : Jl. Air Tiris, Kampar

Rani merupakan informan keenam pada penelitian ini, Rani seorang ibu rumah tangga yang tinggal di Air Tiris Kampar. Pada saat peneliti bertemu dengan Rani di Masjid Agung An-Nur, ternyata Rani baru pertama kali berkunjung ke Masjid Agung An-nur. Rani mengatakan pada saat ia ke Pekanbaru, ia sengaja untuk berkunjung ke Masjid Agung An-Nur. Saat di wawancarai informan memakai baju gamis berwarna ungu dan memakai hijab berwarna ungu.

7) Informan 7

Nama Lengkap : Vrastian Darulingga
 Jabatan/Pekerjaan : Mahasiswa
 Tempat Tgl Lahir : Air Molek, 20 Mei 1998
 Usia : 22 Tahun
 Agama : Islam
 Alamat : Jl. Eka Tunggal Puwodadi, Pekanbaru

Vrastian merupakan informan ketujuh dalam penelitian ini, Vrastian seorang Mahasiswa Universitas Riau tingkat Akhir. Vrastian berasal dari Indragiri Hulu. Ia di Pekanbaru tinggal di sebuah kos kosan yang ada di Jl. Eka Tunggal Puwodadi. Saat peneliti menemui informan di Masjid Agung An-Nur, informan baru saja selesai melaksanakan ibadah Shalat Ashar. Informan menggunakan pakaian kaos Panjang berwarna hitam dengan bawahan celana berwarna coklat muda dan menggunakan sepatu. Vrastian merupakan Mahasiswa yang sangat ramah dan komunikatif dan berpengetahuan luas.

5.2 Hasil Wawancara

Setelah peneliti melakukan wawancara dengan ketujuh informan, maka berikut hasil pengamatan dan wawancara dengan masing-masing informan :

1. Informan 1

Informan pertama didalam penelitian ini adalah Cecep Iskandar, ia menjabat sebagai Kepala Seksi Pengkajian & Pengembangan Destinasi Pariwisata Provinsi Riau. Pak Cecep dijadikan sebagai informan karena dari sisi struktur organisasi pak Cecep merupakan yang ahli dalam bidang pengembangan destinasi Pariwisata. Sehingga dianggap bisa memberikan data dan informasi yang akurat dari penelitian ini.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan pertama, bahwa potensi pariwisata di Provinsi Riau khususnya Masjid Agung An-Nur sangat berpotensi untuk pengembangan pariwisata, ditunjang dengan adanya kegiatan olahraga setiap sore di halaman masjid contohnya olahraga jogging. Dan itu dianggap mempunyai potensi tersendiri. Masjid Agung An-Nur ini juga memiliki

kelebihan dibandingkan dengan pariwisata di daerah lain, kelebihanannya terletak pada sisi bangunannya, dan keindahan bangunannya. Namun begitu setiap masing-masing pariwisata tentu memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, tergantung dengan kebutuhan dan tujuan orang berpariwisata.

“Bahwa potensi pariwisata di Provinsi Riau Khususnya Masjid Agung An-Nur sangat berpotensi untuk pengembangan pariwisata, ditunjang dengan adanya kegiatan olahragasetiap sore di halaman masjid contohnya seperti olahraga jogging. Dan itu di anggap mempunyai potensi tersendiri. Masjid Agung An-Nur ini juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan pariwisata di daerah lain, kelebihanannya terletak pada sisi bangunannya, keindahan bangunannya sebagai Taj Mahalnya Provinsi Riau, Taj Mahalnya Indonesia. Terlebih sebelum adanya covid ini pengunjung Masjid Agung An-Nur kian hari kian bertambah, dan juga letak masjid Agung An-Nur berada di tengah-tengah perkotaan dan masjid Agung An-Nur merupakan rantai dari pemetaan zonasi destinasi”

Langkah yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi masjid Agung An-Nur yaitu pertama dengan menetapkan Masjid Agung An-nur sebagai salah satu destinasi pariwisata, selanjutnya dinas Pariwisata Provinsi Riau mencoba untuk berkontribusi atau bisa dikatakan duduk sama dengan pengurus atau kawan-kawan yang ada di masjid Agung An-Nur. Menyamakan sinyal mana yang boleh mana yang tidak.

“Langkah yang dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi masjid Agung An-Nur yaitu pertama dengan menetapkan Masjid Agung An-nur sebagai salah satu destinasi pariwisata, itu sudah masuk dalam acara induk kita dari dinas pariwisata selanjutnya kita akan mencoba untuk berkontribusi atau bisa dikatakan duduk sama dengan pengurus atau kawan-kawan yang ada di masjid Agung An-Nur. Kita menyamakan sinyal seperti apa mana yang boleh mana yang tidak”

Target pengembangan yang sudah direncanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau yaitu yang pertama merencanakan dengan adanya Alqur’an Center di Masjid Agung An-Nur.

“Target pengembangan yang sudah direncanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau yaitu yang pertama merencanakan dengan adanya Alqur’an Center di Masjid Agung An-Nur, salah satunya itu. Dalam hal sampai sejauh mana target pengembangan, kita hanya baru sebatas penataan kita bicarakan dengan kawan-kawan mana yang boleh mana yang tidak dan bagaimana pengelolaan untuk menjadikan wisata masjid Agung An-Nur sebagai destinasi dan kedepannya kita juga akan mengusahakan wisata masjid Agung An-Nur sebagai destinasi unggulan kita”

Target promosi yang dirancang dinas pariwisata Provinsi Riau untuk memperkenalkan wisata religi masjid Agung An-Nur salah satunya melalui media sosial, media elektronik. Seperti youtube, facebook, instagram. Dinas pariwisata Provinsi Riau juga pernah launching kalender even.

“Masjid agung An-Nur merupakan satu dari tujuh destinasi unggulan di pekanbaru. Untuk promosinya kita selalu naikan tidak hanya di masjid agung An-Nur kita juga melakukan promosi untuk destinasi pariwisata lainnya, kita mempromosikan masjid Agung An-Nur lewat media social,elektronik.seperti mempromosikan di youtube, facebook, instagram dan beberapa stasiun televisi pernah meliput masjid Agung An-Nur. Apalagi sekarang lagi jamannya pandemic covid-19. Kemarin kita juga launching kalender even. Selain itu kita juga menggandeng Genpi (generasi pesona volentir). Kita punya gempi Riau, kita punya gempi Pekanbaru”

Dinas Pariwisata Provinsi Riau masih tetap menggunakan media massa dalam mengembangkan masjid Agung An-Nur, hanya tetapi ada pada porsinya. Porsi dalam mempromosikan masjid Agung An-Nur lebih sedikit dibanding promosi melalui media sosial dan media elektronik. Sebagaimana kita ketahui sekarang zaman nya gadget, lebih banyak yang menggunakan gadget dibanding membaca koran.

“Dinas Pariwisata Provinsi Riau masih tetap menggunakan media massa dalam mengembangkan masjid Agung An-Nur, hanya tetapi ada pada porsinya. Sebagaimana kita ketahui sekarang zaman nya gadget, lebih banyak yang menggunakan gadget dibanding membaca koran. Porsi dalam mempromosikan

masjid Agung An-Nur lebih sedikit dibanding promosi melalui media sosial dan media elektronik. Seperti kemarin kita ada banyak posting di koran Riau Pos terkait kalender even di provinsi Riau ini.

Menurut informan ada beberapa media cetak yang bekerjasama dengan dinas pariwisata dalam mempublikasikan wisata religi masjid Agung An-Nur. Contoh media cetak yang bekerjasama seperti Riau Pos, Tribun, Genpi.id. Bahkan pada dinas pariwisata Provinsi Riau sendiri memiliki terbitan majalah, nama majalah tersebut majalah stanggi,

“Ada beberapa media cetak yang bekerjasama dengan dinas pariwisata dalam mempublikasikan wisata religi masjid Agung An-Nur. Media cetak yang bekerjasama seperti Riau Pos, Tribun, Genpi.id. Kita juga punya majalah stanggi namanya, majalah stanggi ini kita terbitkan sebulan sekali, kita juga bekerjasama pada majalah pesawat garuda Indonesia dan citilink, ada beberapa kali terbit destinasi-destinasi dimajalahnya garuda dan citilink, dan kita berencana mau branding salah satu pesawat itu dengan destinasi destinasi kita untuk mempromosikan destinasi Provinsi Riau”

Adapun bentuk kerjasama antara pemerintah Provinsi Riau dengan masyarakat dalam hal mengelola wisata religi masjid Agung An-Nur yaitu dengan melakukan pembinaan kepada masyarakat sekitar. Pembinaan ini misalnya pembinaan dalam menyambut wisatawan, seperti adanya sapta pesona.

“Adapun bentuk kerjasama antara pemerintah Provinsi Riau dengan masyarakat dalam hal mengelola wisata religi masjid Agung An-Nur. Sampai dengan saat ini kita lebih melakukan pembinaan kepada masyarakat sekitar. Pembinaan ini misalnya pembinaan dalam menyambut wisatawan, seperti adanya sapta pesona”

Sejauh ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau belum pernah membuat sebuah event atau pameran sebagai sarana pengembangan atau promosi masjid Agung An-Nur.

“Sejauh ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau belum pernah membuat sebuah event atau pameran sebagai sarana pengembangan atau promosi masjid Agung An-Nur. Membuat event sengaja untuk masjid Agung An-Nur belum pernah tetapi lebih ke umum, kalau khusus hanya 1 misalnya masjid Agung An-Nur kita belum pernah, mengapa demikian yak arena belum ada match and link belum ada klik dengan pengurus nya, ya wajar juga ya karna kita sama-sama muslim mengetahui yang namanya wisatawan itu kelakuannya tidak bisa dikontrol, dan disisi lain kita juga berbangsa melayu yang memang notabennya menjunjung tinggi keislamannya”

Menurut informan faktor pendukung dan penghambat baik dari internal maupun eksternal pada wisata religi masjid Agung An-Nur ini ialah karna posisi masjid Agung An-Nur strategis, yang berada di entrypointnya Provinsi Riau, berada dipusat Pemerintahan, selain itu juga dekat dengan tempat-tempat wisata lain yang di paketkan kedalam pariwisata. Kelemahan atau faktor penghambatnya yaitu SDM, SDM disini maksudnya ialah belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk dijadikan sebagai tempat wisata.

“Faktor pendukung dan penghambat baik dari internal maupun eksternal pada wisata religi masjid Agung An-Nur ini ialah karna posisi masjid Agung An-Nur strategis, yang berada di entrypointnya Provinsi Riau, berada dipusat Pemerintahan, juga dekat dengan tempat-tempat wisata lain yang kita paketkan dalam pariwisata. Kelemahannya tadi SDM, jadi kita belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk menjadi tempat wisata, itu yang membuat kita sampai saat ini selalu melakukan penyebaran virus menjelaskan bahwa pariwisata ini seperti ini loh, dan ada juga batasan batasannya”

Upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata terkait mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan adanya kontribusi dengan pengelola masjid, selain itu mengatasi hambatan itu dengan cara melakukan pendekatan melalui LAM (Lembaga Adat Melayu) untuk berkontribusi dengan pengelola Masjid Agung An-Nur.

“Upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata terkait mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan adanya kontribusi dengan pengelola masjid, selain itu mengatasi hambatan itu dengan cara melakukan pendekatan melalui LAM (Lembaga Adat Melayu) untuk berkontribusi dengan pengelola masjid Agung An-Nur. Tetapi, disisi lain kita tidak menyalahkan pengelola Masjid itu karna pada awalnya masjid itu didirikan hanya sebagai tempat beribadah, tetapi kita dari sisi pariwisata nya ini bisa dimanfaatkan sebagai destinasi wisata”

Seperti yang sudah disampaikan informan dalam wawancara terkait keberhasilan pengembangan masjid Agung An-Nur yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau sangat berhasil salah satunya ialah peningkatan jumlah pengunjung. Hanya saja ada beberapa kekurangan dalam pengembangannya ini yang membuat pengembangan tersebut terlihat begitu-begitu saja, karna kurangnya SDM

“Terkait keberhasilan pengembangan masjid Agung An-Nur yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau sangat berhasil salah satunya ialah peningkatan jumlah pengunjung. Hanya saja ada beberapa kekurangan dalam pengembangannya ini yang membuat pengembangan tersebut terlihat begitu-begitu saja, karna kurangnya SDM. Belum ada kekompakan atau match and link dengan pengurus dan pengelola masjid Agung An-Nur”

Adapun pola komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam pengembangan Masjid Agung An-Nur yaitu dengan pola komunikasi secara langsung kepada masyarakat ataupun kepada pengelola Masjid Agung An-Nur, karena bagaimanapun pemerintah mengembangkan tapi kalau masyarakat dan pengelola Masjid tidak menerima apa yang direncanakan maka tidak ada keberhasilan dalam pengembangan tersebut.

“Adapun pola komunikasi yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam pengembangan Masjid Agung An-Nur yaitu dengan pola komunikasi secara langsung kepada masyarakat ataupun kepada pengelola Masjid Agung An-Nur, karena bagaimanapun pemerintah mengembangkan tapi kalau masyarakat dan

pengelola Masjid tidak menerima apa yang direncanakan maka tidak ada keberhasilan dalam pengembangan tersebut”

Perspektif komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur sudah baik. Namun meskipun begitu Dinas Pariwisata Provinsi Riau selalu berusaha dan selalu melakukan evaluasi.

“Perspektif komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur sudah baik. Namun meskipun begitu kita selalu berusaha dan selalu melakukan evaluasi.”

2. Informan (2)

Informan yang kedua didalam penelitian ini adalah Ridho Adriansyah, pak Ridho menjabat sebagai Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Provinsi Riau.

Menurut Informan potensi pariwisata di Provinsi Riau terhadap Masjid Agung An-Nur sangat berpotensi, sama halnya dengan yang diucapkan oleh pak cecep informan pertama. Karna Masjid Agung An-Nur sendiri setelah di renovasi banyak mengalami perubahan baik itu dari segi tampilan masjid dan kegiatan-kegiatan yang ada di masjid membuat wisatawan ingin berwisata religi, untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan juga menjadi daya tarik tersendiri. Disamping itu banyak ustadz atau pendakwah yang datang membuat kajian di masjid Agung An-nur sehingga banyak yang berasal dari luar daerah maupun luar negeri datang untuk menimba ilmu di masjid Agung An-Nur.

“Wisata masjid Agung An-Nur Provinsi Riau sangat berpotensi, sama halnya dengan yang diucapkan oleh pak cecep informan pertama. Karna Masjid Agung An-Nur sendiri setelah di renovasi banyak mengalami perubahan baik itu dari segi tampilan masjid dan kegiatan-kegiatan yang ada di masjid membuat

wisatawan ingin berwisata religi, untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan juga menjadi daya tarik tersendiri. Disamping itu banyak ustadz atau pendakwah yang datang membuat kajian di masjid Agung An-nur sehingga banyak yang berasal dari luar daerah maupun luar negeri datang untuk menimba ilmu di masjid Agung An-Nur”

Langkah yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan masjid Agung An-Nur yaitu mencoba untuk berkolaborasi dengan yayasan masjid Agung An-Nur, dan juga akan dibentuk unit pelaksanaan teknis, ini bagian dari cara pemerintah Dinas Provinsi untuk mengelola Masjid Agung An-Nur. Dinas Pariwisata juga akan berkoordinasi dengan pengelola terkait dengan apa yg sedang dilaksanakan. Potensi lainnya yaitu karena Masjid Agung An-Nur yg terletak di Ibu Kota Provinsi yang pada akhirnya menjadi tujuan pertama orang datang karna pintu aksesnya melalui Pelabuhan Sungai Duku dan Bandara Internasional Sultan Syarif Kasim.

“Langkah yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan masjid Agung An-Nur kita mencoba untuk berkolaborasi dengan yayasan, karena Masjid Agung An-Nur mempunyai yayasan sendiri. Langkah pertama kita akan membentuk unit pelaksanaan teknis ini bagian dari cara pemerintah dinas provinsi untuk mengelola Masjid Agung An-Nur. Kita selalu berkoordinasi dengan pengelola terkait dengan apa yg sedang dilaksanakan , kemudian kita sampaikan kepada pelaku pariwisata apakah itu tour and travel, dan lain sebagainya agar tour and travel juga mengetahui kegiatan-kegiatan keagamaan disana yg bisa di ambil paket wisatanya imbon jadi dari daerah-daerah luar atau luar negeri datang kesini untuk berwisata religi. Seperti yang disampaikan pak cecep sebelumnya. Masjid Agung An-Nur yg terletak di Ibu Kota Provinsi yang pada akhirnya menjadi tujuan pertama orang datang karna pintu aksesnya melalui Pelabuhan Sungai Duku dan Bandara Internasional Sultan Syarif Kasim”

Informan menyebutkan bahwa target promosi yang sudah dirancang untuk memperkenalkan wisata religi Masjid Agung An-Nur melalui media termasuk

media cetak dan media elektronik. Dan juga kegiatan yang berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh Masjid Agung An-Nur, Dinas Pariwisata Provinsi Riau mempublikasikan kepada orang banyak agar mereka ikut berpartisipasi di dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan.

“Dalam mempromosikan Masjid Agung An-Nur kita melalui media termasuk media cetak dan media elektronik. Dan juga kegiatan yang berkaitan dengan promosi yang dilakukan oleh Masjid Agung An-Nur sendiri itu kita coba mempublikasikan kepada orang banyak agar mereka ikut berpartisipasi di dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan”

Faktor pendukung dan penghambat baik dari internal maupun eksternal pada wisata religi masjid Agung An-Nur, untuk faktor pendukung salah satunya karena riau secara keseluruhan merupakan masyarakat yang mayoritas islam. Hal ini sebagai pendukung, kemudian kebudayaan-kebudayaan dari zaman dahulu hingga sekarang lebih banyak dipengaruhi oleh islam, ini juga sebagai suatu faktor pendukung dimana kondisi yang seperti ini merubah pola fikir atau mindset masyarakat bahwa riau merupakan tujuan wisata religi yang cocok dan sangat baik. Kemudian faktor penghambat yaitu karena adanya virus covid 19, tidak bisa melakukan kegiatan-kegiatan seperti mana biasanya, tida boleh lagi mengumpulkan orang banyak karenaada pembatasan kunjungan. Meskipun demikian Dinas Provinsi Pariwisata Riau tidak berhenti untuk mengembangkan wisata religi di Masjid Agung An-Nur. Dan selalu berusaha untuk pengembangan Masjid Agung An-nur.

“Untuk faktor pendukung salah satunya karena riau secara keseluruhan merupakan masyarakat yang mayoritas islam. Hal ini sebagai pendukung, kemudian kebudayaan-kebudayaan dari zaman dahulu hingga sekarang lebih banyak dipengaruhi oleh islam ini juga sebagai suatu faktor pendukung dimana

kondisi yang seperti ini merubah pola fikir atau mindset masyarakat bahwa riau merupakan tujuan wisata religi yang cocok dan sangat baik. Kemudian faktor penghambat mungkin untuk saat ini adalah covid 19, kita tidak bisa melakukan kegiatan-kegiatan seperti mana biasanya, tida boleh lagi mengumpulkan orang banyak karena kita membatasi jumlah kunjungan, selain itu kita juga menerapkan protokol kesehatan. Meskipun demikian kita tidak serta merta berhenti untuk mengembangkan wisata religi di Masjid Agung An-Nur. Kita selalu berusaha dan evaluasi terus untuk pengembangan ini”

Informan mengatakan bahwa perspektif komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur sudah baik, sama seperti yang dikatakan oleh informan pertama pak cecep. Pada Masjid Agung An-Nur terdapat pemandu wisata, dengan begitu wisatawan yang datang ke Masjid Agung An-Nur mampu berinteraksi dengan pemandu wisata yang ada di Masjid Agung An-Nur, wisatawan tidak hanya sekedar foto-foto dan tidak hanya sekedar melihat kemegahan yang ada, tetapi mereka juga harus tahu sejarahnya seperti apa, ornamen-ornamen yang dibangun itu memiliki filosofi. yg sudah dibangun disana sudah ada pemandu wisatanya.

“Perspektif komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur sudah baik, pada Masjid Agung An-Nur terdapat pemandu wisata, dengan begitu wisatawan yang datang ke Masjid Agung An-Nur tidak hanya sekedar foto-foto dan tidak hanya sekedar melihat kemegahan yang ada, tetapi mereka juga harus tahu sejarahnya seperti apa, ornamen-ornamen yang dibangun itu memiliki filosofi. Ini yang sudah dibangun disana sudah ada pemandu wisatanya”

3. Informan (3)

Informan ketiga di dalam penelitian ini adalah Addin, SIP. Pak Addin merupakan Humas di Masjid Agung An-Nur Provinsi Riau. Menurut informan perkembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau terhadap Masjid Agung An-Nur yaitu dengan adanya kerjasama atau perhatian khususnya

dalam pengelolaan tempat wisata religius, selain itu akan ditambah juga kawasan Wisata Halal. Informan menyebutkan karena adanya wabah Covid-19 ini tidak maksimal sebagaimana mestinya.

“Perkembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau terhadap Masjid Agung An-Nur yaitu dengan adanya kerjasama atau perhatian khususnya dalam pengelolaan tempat wisata religius, selain itu akan ditambah juga kawasan Wisata Halal. Tetapi karena adanya wabah Covid-19 ini jadi tidak maksimal sebagaimana mestinya”

Untuk pengembangan yang dilakukan oleh masyarakat setempat khususnya masjid Agung An-Nur Ini, informan mengatakan masyarakat ikut andil dalam mengembangkan wisata Masjid Agung An-Nur itu, tidak hanya masyarakat saja namun beberapa pihak. Adanya kerjasama antara masyarakat setempat dengan pengelola wisata religi Masjid Agung An-Nur.

“Yaa pengembangan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar terhadap wisata religi Masjid Agung An-Nur ini tentu ada lah, masyarakat ikut andil dalam mengembangkannya. Tentunya tidak lepas dari adanya kerjasama antara masyarakat dengan kita pengelola wisata Masjid Agung An-Nur ini”

Informan mengatakan untuk pengembangan yang dilakukan sudah efektif namun masih diperlukannya beberapa evaluasi, dari tahun ke tahun selalu ada evaluasi memperbaiki kekurangannya.

“Pengembangan yang dilakukan sudah efektif namun masih perlu yang namanya evaluasi, dari tahun ke tahun kita selalu memperbaiki apa yang kurang”

Untuk kemajuan wisata religi Masjid Agung An-Nur ini informan menyebutkan adanya dukungan dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Dukungan tersebut dalam bentuk bantuan dana untuk merenovasi bangunan Masjid Agung

An-Nur tersebut. Itu merupakan salah satu wujud perhatian yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

“Untuk kemajuan wisata religi Masjid Agung An-Nur tentu adanya dukungan dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Dukungan tersebut dalam bentuk bantuan dana untuk merenovasi bangunan Masjid Agung An-Nur tersebut. Nah itu merupakan salah satu wujud perhatian yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Tahun ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau akan melakukan penataan kawasan namanya terhadap wisata religi Masjid Agung An-Nur ini. Kawasan masjid ini akan kita tata agar lebih bagus dan cantik lagi”

Dampak baik dan buruk yang dilakukan wisatawan religi Masjid Agung An-nur, untuk dampak baiknya yaitu adanya penilaian yang baik terhadap wisata Masjid Agung An-Nur ini contohnya seperti penilaian terhadap halaman Masjid yang sangat luas, relatif bersih dan teratur. Sedap di pandang oleh wisatawan yang berkunjung. Kalau untuk dampak buruk informan menyebutkan wisatawan yang tidak bisa mengontrol perilakunya atau pakaian saat berada atau mengunjungi wisata Masjid Agung An-Nur.

“Dampak baik dan buruk yang dilakukan wisatawan religi Masjid Agung An-nur, untuk dampak baiknya yaitu adanya penilaian yang baik terhadap wisata Masjid Agung An-Nur ini contohnya seperti penilaian terhadap halaman Masjid yang sangat luas, relatif bersih dan teratur. Sedap di pandang oleh wisatawan yang berkunjung. Kalau untuk dampak buruk yaitu wisatawan yang tidak bisa mengontrol perilakunya atau pakaian saat berada atau mengunjungi wisata Masjid Agung An-Nur. Tetapi itu sudah kita atasi dan sudah kita beri tahu kepada wisatawan yang datang agar kiranya menyesuaikan perilaku dan pakaiannya. Menurut saya lebih banyak dampak positif dari pada dampak negatif nya, namun walaupun seperti itu akan kita jadikan bahan renungan agar kita tidak berpuas diri’

Menurut informan wisatawan dapat mengetahui wisata religi Masjid Agung An-Nur dari media *online*. Badan pengelola Masjid Agung An-Nur selalu menggunakan dan memanfaatkan media online untuk mempromosikan dan

menyampaikan berbagai informasi. Selain itu, wartawan juga sering datang ke Masjid Agung An-Nur untuk melakukan wawancara dan diliput oleh berbagai media-media nasional dan lokal.

“Wisatawan dapat mengetahui wisata religi Masjid Agung An-Nur dari media online. Badan pengelola Masjid Agung An-Nur selalu menggunakan dan memanfaatkan media online untuk mempromosikan dan menyampaikan berbagai informasi. Selain itu, wartawan juga sering datang ke Masjid Agung An-Nur untuk melakukan wawancara dan diliput oleh berbagai media-media nasional dan lokal. Seperti setiap tahunnya Masjid Agung An-nur ini selalu dipakai oleh berbagai media untuk acara dibulan Ramadhan.

Seperti yang disampaikan oleh informan ketiga pola komunikasi dalam pengembangan wisata religi Masjid Agung An-Nur ini yaitu dengan pola komunikasi lisan dan tulisan. Dan juga dengan adanya pendekatan-pendekatan dengan cara yang santun, dengan menggunakan bahasa lokal.

“Pola komunikasi dalam pengembangan wisata religi Masjid Agung An-Nur ini yaitu dengan pola komunikasi lisan dan tulisan. Dan juga dengan adanya pendekatan-pendekatan dengan cara yang santun, dengan menggunakan bahasa lokal. Seseorang akan merasa dekat apabila disapa dengan bahasa ibunya. Pola komunikasi dengan berbahasa dan menggunakan lambang-lambang”

4. Informan (4)

Informan keempat dalam penelitian ini adalah Rudi Hartono, S.Sos.,MP. Pak Rudi sebagai pengelola Masjid Agung An-Nur. Menurut informan pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata pada Masjid Agung An-Nur ini adalah dalam bentuk perhatian yang diberikan oleh Dinas Pariwisata. Selain itu, pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata pada Masjid Agung An-Nur ini adalah dalam bentuk perhatian yang diberikan oleh Dinas Pariwisata. Selain itu, Pemerintah sendiri dari Republik Indonesia melalui Dinas pariwisata Provinsi Riau

mengadakan adanya kegiatan yang sifatnya ada dua hal yang prioritas dari Presiden yang pertama adalah objek wisata dan juga umkm. Kebetulan Masjid Agung An-Nur ini masuk ke dalam kategori Pariwisata”

“Pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata pada Masjid Agung An-Nur ini adalah dalam bentuk perhatian yang diberikan oleh Dinas Pariwisata. Selain itu, setahun yang lalu kita diikut sertakan oleh Pemerintah sendiri dari Republik Indonesia melalui Dinas pariwisata Provinsi Riau mereka mengadakan adanya kegiatan yang sifatnya ada dua hal yang prioritas dari Presiden yang pertama adalah objek wisata dan juga umkm. Kebetulan Masjid Agung An-Nur ini masuk ke dalam kategori Pariwisata”

Selanjutnya, untuk pengembangan yang dilakukan oleh masyarakat setempat yang berada di sekitar masjid Agung An-Nur Ini adalah terjalinnya kerja sama dari masyarakat sekitar, dan juga untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan selalu melibatkan masyarakat yang berminat. Untuk pada momen-momen tertentu Masjid Agung An-Nur sering mengadakan bazar dan yang mengisi bazar itu masyarakat setempat ini, karna mereka menganggap murah dan tidak dikenai pajak. Namun semenjak covid ini sudah tidak ada lagi kegiatan-kegiatan seperti dulu.

“Kalau dari masyarakat luar biasa, sampai hari ini banyak ide-ide misalnya mereka menambahkan pohon kurma, tujuannya membuat Masjid Agung An-Nur lebih asri lagi, kemudian dari masyarakat secara tidak langsung menyumbangkan sebagian hartanya contoh seperti di kamar mandi kerannya bocor, kemudian masyarakat saling membantu nah itu kontribusi dari masyarakat Adanya kerja sama dari masyarakat sekitar, dan juga untuk melaksanakan kegiatan ini kita libatkan masyarakat yang berminat. Untuk pada momen-momen tertentu kiat adakan bazar dan yg mengisi bazar itu adalah masyarakat setempat ini, karna mereka menganggap murah dan tidak dikenai pajak. Namun semenjak covid ini sudah tidak ada lagi”

Informan mengatakan untuk upaya Pemerintah dan Dinas Pariwisata Riau dalam mengembangkan dan memajukan Masjid Agung An-nur adalah tentu adanya

dukungan dari Pemprov, seperti dukungan materi yang mana pada tahun 2020 lalu ada bantuan merenovasi Masjid yang menghabiskan Milyaran Rupiah, hal seperti itu merupakan dukungan dari Pemerintah kepada Masjid Agung An-Nur. Kemudian juga Masjid Agung An-Nur pernah diundang oleh Dinas Provinsi Riau untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata, kemudian kita masukan database yang kita punya untuk di sinkronisasikan ke Dinas Pariwisata.

“Selanjutnya untuk upaya Pemerintah dan Dinas Pariwisata Riau dalam mengembangkan masjid Agung An-nur, tentu ada dukungan dari Pemprov, ditahun 2020 lalu ada bantuan renovasi Masjid yang menghabiskan Milyaran rupiah. Dan rencana pada halaman Masjid Agung An-nur ini mau kita buat payung-payung seperti di Madinah . Itu salah satu wujud perhatian dari pemprov kepada masjid agungA-Nur kemudian kita pernah diundang oleh Dinas Provinsi Riau untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata, kemudian kita masukan database yang kita punya untuk di sinkronisasikan ke Dinas Pariwisata”

Seperti yang disampaikan oleh pak rudi, Masjid Agung An-Nur memiliki sejarah. Masjid Agung An-nur dibangun pada tahun 1962 pada pembentukan Provinsi Riau kemudian selesai pada tahun 1968, dan pada itu masa Pemerintahan Gubernur Kaharuddin Nasution. Kemudian pembangunan Masjid Agung An-Nur selesai pada kepemimpinan bapak Arifin Ahmad, Masjid ini sangat luar biasa karena berada ditengah-tengah dari pada ibu kota Provinsi Riau. Diantaranya dekat dari Jl Sudirman, dekat dari Pasar Bawah, juga dekat dari rumah sakit lalu juga terdapat Universitas Kedokteran Unri. Kemudian terdapat SMA 1 DAN SMP 1. Jadi Masjid Agung An-Nur didirikan di tengah-tengah dari pada kerumunan, central kegiatan masyarakat letak yang strategis dekat dengan kantor Pemerintahan Prov Riau, nah disitulah Masjid ini dibangun dengan tujuan agar bisa melaksanakan

ibadah dan kegiatan lainnya di Masjid Agung An-Nur. Masjid Agung An-Nur ini awalnya hanya 4 hektar, pada tahun 2000 masa pemerintahan bapak Gubernur Saleh Hasid Masjid ini di rombak total yg tadinya hanya 4 hektar sekarang menjadi 12,6 hektar. Kemudian dari segi arsitektur bangunan terdapat pencampuran Melayu, Turki, India, dan juga Arab. Dibagian atas Masjid Agung An-Nur terdapat 4 menara, yang melambangkan 4 sahabat nabi yang sangat berpengaruh diantaranya ada Abu Bakar Shidiq, Umar Bin Khatab, Usman Bin Affan, Ali Bin Abi Thalib. Di dalam Masjid ini dapat menampung sebanyak 5000 jama'ah.

Seperti yang disampaikan oleh pak rudi, Masjid Agung An-Nur memiliki sejarah. Masjid Agung An-nur dibangun pada tahun 1962 pada pembentukan Provinsi Riau kemudian selesai pada tahun 1968, dan pada itu masa Pemerintahan Gubernur Kaharuddin Nasution. Kemudian pembangunan Masjid Agung An-Nur selesai pada kepemimpinan bapak Arifin Ahmad. Masjid ini sangat luar biasa karena berada ditengah-tengah dari pada ibu kota Provinsi Riau, kalau kita lihat Masjid Agung An-Nur ini berada dekat dari Jl Sudirman,dekat dari dari pasar bawah, dekat dari rumah sakit dan universitas kedokteran Unri, kemudian ada SMA 1 SMP 1 sebelahnya ada asrama tentara. Jadi benar-benar berada di tengah-tengah dari pada kerumunan dekat dari central kegiatan masyarakat, dekat juga dengan kantor Pemerintahan Provinsi Riau, nah disitulah masjid ini dibangun dengan tujuan agar bisa masyarakat sekitar bisa melaksanakan ibadah dan kegiatan lainnya di Masjid Agung An-nur. Masjid Agung An-Nur ini awalnya belum sebesar ini hanya 4 hektar saja, dan kemudian kalau lihat di depan sebelah kanan kiri ada lapangan keramik itu dulunya merupakan stadion Hangtuah. Tahun 2000 pada masa Pemerintahan bapak Gubernur Saleh Hasid Masjid Agung An-Nur di rombak total yang tadinya hanya 4 hektar sekarang menjadi 12,6 hektar. Kemudian dari segi arsitektur bangunan merupakan pencampuran dari Melayu, Turki, India, dan juga Arab. Kalau kita lihat Masjid Agung An-Nur ini unik. Masyarakat Riau dikenal bersuku melayu yang memiliki ciri khas yaitu rumah panggung, itulah rumah adatnya dan terdapat tangga didepan rumahnya ini menandakan masyarakat Riau sangat hangat ketika menyambut tamu yang datang, nah sama dengan Masjid Agung An-Nur juga terdapat tangga yang naik dibagian depan Masjid, nah artinya apa, artinya hatinya senang, keluarinya juga dengan hati yang lapang dan gembira ketika menyambut tamu yang akan datang itulah salah satu filosofi yang ada di Masjid Agung An-

Nur. Di dalam Masjid agung An-Nur dapat menampung sebanyak 5000 jamaah Kemudian diatas Masjid terdapat 4 menara, yang melambangkan 4 sahabat nabi yang sangat berpengaruh diantaranya ada Abu Bakar Shidiq, Umar Bin Khatab, Usman Bin Affan, Ali Bin Abi Thalib.

Dampak buruk/baik yang dilakukan wisatawan dan jamaah Masjid Agung An-Nur ini pasti ada, pada saat Masjid terbuka untuk umum banyak wisatawan yang tidak bisa menjaga sikap, cara berpakaian dan tingkah laku. Pihak Masjid tidak melarang pengunjung untuk memanfaatkan fasilitas yang ada tetapi agar disesuaikan dengan tempatnya. Dampak baiknya banyak yang mendukung masjid Agung An-nur banyak yang berpendapat bahwa Masjid Agung An-nur bagus, bersih nyaman, enak dipandang.

“Dampak buruk/baik yang dilakukan wisatawan dan jamaah Masjid Agung An-Nur ini pasti ada, pada saat Masjid terbuka untuk umum banyak wisatawan yang tidak bisa menjaga sikap, cara berpakaian dan tingkah laku. Kita bukan melarang mereka untuk memanfaatkan fasilitas yang ada tetapi agar disesuaikan dengan tempatnya. Dampak baiknya banyak yang mendukung masjid Agung An-nur banyak yang berpendapat bahwa Masjid Agung An-nur bagus, bersih nyaman, enak dipandang. Terkait dampak negative atau buruk ini sudah kita omongin sudah kita selesaikan pada pihak pengurus, pengelola atau masyarakat. Menurut kami, lebih banyak nilai baik atau positifnya dibanding nilai negatifnya. Meskipun demikian yg negatif itu tetap kita jadikan bahan pelajaran evaluasi agar kedepannya lebih baik”

Pengunjung dapat mengetahui tempat wisata Masjid Agung An-Nur ini melalui media online dan media elektronik. Untuk mempromosikannya pengelola Masjid Agung An-Nur bekerja sama dengan media online, media cetak. Media tersebut digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi. Seperti yang disampaikan oleh pak Addin selaku Humas di Masjid Agung An-Nur ini, Masjid Agung An-Nur sering diliput oleh wartawan. Apalagi pada saat Ramadhan seperti ini Masjid Agung An-Nur digunakan oleh media untuk disiarkan di televisi

“Pengunjung dapat mengetahui tempat wisata Masjid Agung An-Nur ini melalui media online dan media elektronik. Untuk mempromosikannya kita bekerja sama dengan media online, media cetak. Kita gunakan untuk menyampaikan berbagai informasi. Selain itu Masjid ini sering diliput oleh wartawan. Apalagi pada saat bulan Ramadhan gini masjid Agung An-Nur sering digunakan oleh media untuk disiarkan di televisi”

Harapan yang disampaikan pak Rudi terhadap masjid Agung An-Nur ini agar lebih menarik dan juga dapat dikembangkan dengan baik, harapan kita khususnya masyarakat Pekanbaru dan masyarakat luas Provinsi Riau agar kita senantiasa memberikan dukungan serta berkontribusi agar Masjid Agung An-Nur atau pada Masjid-masjid lainnya ramai dikunjungi untuk beribadah atau berwisata religi, bukan hanya dari kalangan anak-anak tetapi orang dewasa juga perlu datang keMasjid. Karna hari ini kita sangat miris sekali dengan kondisi hari ini banyak orang tua yang sudah sepuh datang keMasjid, sedangkan anak mudanya belum. Inilah yang menjadi tugas kita agar anak muda mau datang keMasjid untuk beribadah atau berwisata religi

“Harapan untuk masjid Agung An-Nur ini agar lebih menarik dan juga dapat dikembangkan dengan baik, harapan kita khususnya masyarakat Pekanbaru dan masyarakat luas Provinsi Riau agar kita senantiasa memberikan dukungan serta berkontribusi agar Masjid Agung An-Nur atau pada Masjid-masjid lainnya ramai dikunjungi untuk beribadah atau berwisata religi, bukan hanya dari kalangan anak-anak tetapi orang dewasa juga perlu datang keMasjid. Karna hari ini kita sangat miris sekali dengan kondisi hari ini banyak orang tua yang sudah sepuh datang keMasjid, sedangkan anak mudanya belum. Inilah yang menjadi

tugas kita agar anak muda mau datang ke Masjid untuk beribadah atau berwisata religi”

Wisata Masjid Agung An-Nur menjadi unggulan di Kota Pekanbaru, seperti yang di sampaikan oleh Pak Rudi. Karena Kota Pekanbaru merupakan pusat budaya melayu yang berpotensi untuk dijadikan sebagai tempat berwisata religi.

“Wisata Masjid Agung An-Nur menjadi unggulan di Kota Pekanbaru, seperti yang di sampaikan oleh Pak Rudi. Karena Kota Pekanbaru merupakan pusat budaya melayu yang berpotensi untuk dijadikan sebagai tempat berwisata religi”

Pola komunikasi dalam pengembangan Masjid Agung An-Nur yaitu secara langsung, disampaikan dengan pendekatan yang santun kepada wisatawan agar mereka tetap tertarik datang dan senang ketika berkunjung ke Masjid Agung An-nur. Pengelola sangat terbuka kepada jamaah atau wisatawan yang hadir. Dan juga pada Masjid Agung An-nur menyediakan baik itu hal seperti surat elektronik maupun kotak saran.

“Pola komunikasi dalam pengembangan Masjid Agung An-Nur yaitu secara langsung, kita sampaikan dengan pendekatan yang santun kepada wisatawan agar mereka tetap tertarik datang dan senang ketika berkunjung ke Masjid Agung An-nur. Pada pengunjung yang datang kita menggunakan bahasa-bahasa lokal yang dekat dengan mereka, kita sapa dengan bahasa ibunya, kita sangat terbuka kepada jamaah atau wisatawan yang hadir. Kita juga menyediakan baik itu hal seperti surat elektronik maupun kotak saran akan kami terima”

Perspektif komunikasi dalam mengembangkan Masjid Agung An-Nur in sudah baik namum dalam beberapa hal masih terdapat kekurangan , ini yg masih

perlu dibenahi kedepannya pengelola akan memperbaiki kekurangan itu supaya perspektif dalam mengembangkan Masjid Agung An-Nur optimal.

“Perspektif komunikasi dalam mengembangkan Masjid Agung An-Nur ini sudah baik namun dalam beberapa hal masih terdapat kekurangan , ini yg masih perlu ditegakan karna pertama kita tidak punya pemandu khusus di Masjid Agung An-Nur. Kedepannya akan kita sediakan pemandu khusus wisata Masjid Agung An-Nur, kita perbaiki kekurangan-kekurangan kita lakukan evaluasi”

5. Informan (5)

Informan kelima di dalam penelitian ini bernama Ririn Novelia, Ririn merupakan pengunjung dari wisata Religi Masjid Agung An-nur. Dijadikannya Ririn sebagai informan didalam penelitian ini karena peneliti mengambil secara acak pengunjung yang mau dimintai ketersediaan untuk dijadikan informan. Ketika dilapangan, informan meminta Ririn dengan harapan ia bisa memberikan jawaban yang diharapkan oleh peneliti.

Informan keempat ini mengaku bahwa dia mengetahui lokasi Masjid Agung An-Nur dari Sosial Media, karena banyak teman-temannya yang mengunjungi Masjid tersebut lalu memposting kegiatannya ke sosial media.

“Saya mengetahui wisata Religi Masjid Agung An-Nur dari sosial media, karena banyak sekali teman-teman saya yang memposting kegiatannya di sosial media”

Karena memiliki tempat kerja yang jaraknya tidak jauh dari Masjid Agung An-nur, tujuan informan datang ke Masjid yaitu Shalat, sembari mencari makanan diluar lingkungan Masjid dan beristirahat pada saat jam kerja.

“Tujuan saya datang ke Masjid Agung An-Nur yaitu Shalat, sekalian melihat lihat Masjid dan mencari makanan yang berada diluar pagar Masjid sembari beristirahat pada saat jam kerja”

Informan mengaku sudah sangat sering ia berkunjung ke Masjid Agung An-Nur, karena lokasi Masjid dengan tempat ia bekerja dekat.

“Saya sangat sering ke Masjid Agung An-Nur ini karena tempat kerja saya tidak jauh dari Masjid ini”

Setelah mengunjungi langsung lokasi objek wisata Masjid Agung An-Nur, informan keempat mengaku lokasi wisata tersebut sangat menarik dan bagus baginya.

“Pendapat saya mengenai Masjid Agung An-Nur ini sangat menarik dan bagus, sehingga tidak bosan untuk berkunjung kesini”

Selain itu informan keenam ini juga mengaku sangat senang berkunjung ke objek wisata Masjid Agung An-Nur untuk menunaikan ibadah Shalat menurut informan Shalat di imamin oleh Ustadz Besar, selain itu informan sangat nyaman berada di Masjid Agung An-nur karena telah mengikuti prokes saat pandemi seperti sekarang ini.

“Saya sangat senang berkunjung ke Masjid Agung An-Nur ini, apalagi untuk beribadah atau shalat. Saya senang shalat disini karena di imamkan oleh Ustadz besar, selain itu saya merasa nyaman berada di Masjid Agung An-nur ini karena telah mengikuti prokes saat pandemi seperti ini”

Berkunjung langsung ke lokasi Wisata Religi Masjid Agung An-Nur, informan keempat mengatakan bahwa Pemerintah sudah mengelola objek wisata tersebut dengan baik, Pemerintah selalu memperhatikan Masjid Agung An-Nur ini terlihat dari sebelum pandemi Masjid sangat ramai dikunjungi.

“Menurut saya Pemerintah sudah mengelola objek wisata Masjid Agung An-Nur ini dengan baik, karena pemerintah selalu memperhatikan Masjid ini, terlihat dari sebelum pandemi Masjid Agung An-Nur sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan baik dari luar maupun dari dalam daerah”

Selain itu informan juga menganggap bahwa aktifitas pengembangan pada wisata Religi Masjid Agung An-Nur itu sangat penting karena Masjid tersebut merupakan salah satu ikon penting di Riau tepatnya yang berada di Kota Pekanbaru.

“Menurut saya aktifitas pengembangan pada wisata Religi Masjid Agung An-Nur sangat penting, karena Masjid tersebut merupakan salah satu ikon penting di Riau tepatnya yang berada di Kota Pekanbaru”

Disamping itu informan juga mengaku memilih tempat wisata ini karena menurut informan tempatnya yang indah dan cukup menarik, selain itu Masjid Agung An-Nur ini merupakan Masjid utamanya Riau walaupun saat ini banyak Masjid besar lainnya tetapi Masjid Agung An-nur tetap menjadi salah satu ikon yang harus dikunjungi saat berada di Kota Pekanbaru.

“Saya memilih untuk berkunjung kesini karena tempatnya yang indah dan menarik, selain itu Masjid ini merupakan Masjid utamanya Riau ya walaupun saat ini banyak juga Masjid besar lainnya tetapi Masjid Agung An-Nur ini tetap menjadi salah satu ikon yang harus dikunjungi saat berada di Kota Pekanbaru”

Informan berharap Masjid Agung An-Nur tetap menjadi ikon Masjid yang utama di Kota Pekanbaru, dan informan juga berharap Masjid ini lebih di kenal oleh semua masyarakat sehingga orang merasa tidak puas jika tidak berkunjung ke Masjid Agung An-Nur.

“Saya berharap Masjid Agung An-Nur ini tetap menjadi ikon Masjid yang utama di Kota Pekanbaru, dan dikenal oleh banyak orang hingga merasa tidak puas apabila ke Kota Pekanbaru tidak berkunjung ke Masjid Agung An-Nur”

6. Informan (6)

Informan keenam pada penelitian ini bernama Rani. Rani merupakan pengunjung wisata Religi Masjid Agung An-Nur yang berasal dari Kabupaten Kampar . Dijadikannya Rani sebagai informan didalam penelitian ini karena,

peneliti mengambil secara acak pengunjung yang mau dimintai ketersediaan untuk dijadikan informan. Ketika dilapangan, informan meminta Rani dengan harapan ia bisa memberikan jawaban yang diharapkan oleh peneliti.

Kunjungan Rani ke lokasi wisata Religi Masjid Agung An-Nur yang awalnya Rani mengetahui dari unggahan sosial media teman-temannya seperti Wa, Instagram, dan Facebook. Yang membuat Rani penasaran dan langsung berkunjung ke Masjid Agung An-Nur untuk berwisata religi memenuhi kebutuhan rohaninya.

“Saya mengetahui lokasi wisata Religi Masjid Agung An-Nur ini dari unggahan teman-teman saya di sosial media, dari situ saya penasaran dan langsung ajak keluarga untuk ke Masjid Agung An-nur ini”

Informan mengaku bahwa tujuan kunjungannya ke Masjid Agung An-Nur adalah untuk menikmati keindahan sekaligus untuk beribadah.

“Tujuan saya berkunjung ke Masjid Agung An-nur ini selain untuk melihat keindahan Masjid dan keunikan Masjid ini saya datang untuk beribadah’

Berkunjungnya informan kelima ke Masjid Agung An-Nur bukan hal yang pertama kali nya informan ke lokasi, namun sudah yang kedua kalinya. Selain itu informan keenam juga berpendapat bahwa Masjid Agung An-nur yang unik dan indah membuatnya semakin penasaran dengan keberadaan Masjid Agung An-Nur yang membuat informan kembali berkunjung ke lokasi Wisata Masjid Agung An-Nur tersebut.

“Kalau untuk berkunjung ke sini saya sudah sekitar dua kali, karena Masjid ini sangat indah, unik, dan juga adem suasananya itu membuat saya ingin datang ke Masjid Agung An-Nur ini lagi”

Suatu kesenangan bagi informan bisa datang berkunjung ke Wisata Masjid Agung An-Nur ini karena menurutnya Masjid ini tempat yang indah, nyaman dan menyenangkan.

“Saya sangat sekali datang ke Masjid Agung An-Nur ini karena tempatnya indah, nyaman. Walaupun udah yang ke dua kalinya tapi saya tidak bosan kesini suasana yang sejuk dan menenangkan membuat saya betah berlama lama disini”

Berkunjung langsung ke lokasi Wisata Religi Masjid Agung An-Nur, informan kelima mengatakan bahwa Pemerintah sudah mengelola objek wisata tersebut dengan baik, terlihat dari bangunannya, saran dan prasarana yang lebih baik.

“Menurut saya pemerintah suda mengelola Masjid Agung An-Nur ini dengan baik dilihat dari bangunannya, sarana prasarana serta pengembangan yang ada pada Masjid Agung An-Nur, karna pertama kali saya kesini Masjid Agung An-nur belum sebagus dan seindah ini, dan sekarang sudah jauh lebih baik dibandingkan pas saya kesini pertama kali”

Informan mengaku bahwa setiap pengembangan di Objek Wisata Masjid Agung An-Nur sangat penting. Karna dengan adanya pengembangan menurut informan dapat menarik banyak pengunjung.

“Sangat penting karena dengan adanya pengembangan membuat wisatawan atau pengunjung tertarik untuk datang ke Masjid Agung An-nu ini”

Harapan informan untuk kemajuan objek Wisata Religi Masjid Agung An-Nur adalah tetap menjadi Masjid yang menyenangkan dan menjadi tujuan utama orang berwisata Religi.

“Yaa saya berharap Masjid Agung An-nur ini tetap menjadi tujuan utama orang berwisata religi”

7. Informan (7)

Informan ketujuh pada penelitian ini bernama Vrastian Darulingga. Vrastian merupakan pengunjung pada objek wisata Religi Masjid Agung An-Nur yang berasal dari Kabupaten Indragiri Hulu dan kuliah di Kota Pekanbaru. Pada saat dilapangan informan meminta Vrastian dengan harapan ia bisa memberikan jawaban yang diharapkan oleh peneliti.

Kunjungan Vrastian ke lokasi wisata Religi Masjid Agung An-Nur awalnya dia mengetahui Masjid Agung An-Nur dari Sosial Media atau internet. Karena Masjid Agung An-Nur banyak muncul di sosial media baik di internet ataupun televisi.

“Oh iya saya bisa mengetahui wisata Religi Masjid Agung An-Nur ini dari internet, karena Masjid ini setau saya pernah tayang di televisi juga di internet”

Informan menyebutkan bahwa kunjungannya ke Masjid Agung An-Nur adalah untuk berwisata Religi, berwisata Religi disini maksudnya adalah untuk melihat-lihat keindahan dan keunikan Masjid Agung An-Nur, selain itu informan juga melakukan ibadah di Masjid Agung An-Nur mencari ketenangan hati sembari merenungkan betapa besar kekuasaan Allah karena Masjid Agung An-Nur yang begitu indah.

“Saya ke Masjid Agung An-Nur untuk berwisata sambil melihat keindahan Masjid ini mencari ketenangan hati dengan beribadah disini”

Kunjungan informan ke Masjid Agung An-Nur ini bukanlah pertama kalinya, melainkan sudah empat kali.

“Ya saya sudah cukup sering ke Masjid Agung An-Nur ini, saya kesini sudah sekitar empat kali, karena sangking suka nya saya datang berkunjung ke wisata Masjid Agung An-Nur ini, sama sekali saya tida merasa bosan kesini”

Setelah mengunjungi langsung lokasi objek wisata Masjid Agung An-Nur, informan keenam mengaku lokasi wisata tersebut bagus, suasananya juga adem tenang, dan juga bersih.

“Setelah saya mengunjungi objek wisata Masjid Agung An-Nur saya mengakui bahwa masjid tersebut sangat bagus, jika berada disana suasananya adem, tenang dan juga Masjid nya sangat bersih baik itu dari halaman, dalam masjid, tempat wudhu maupun toiletnya, benar-benar terjaga sekali kebersihannya makanya betah jika berlama-lama disini”

Dengan berkunjung langsung ke lokasi Wisata Religi Masjid Agung An-Nur, informan keenam menyebutkan bahwa Pemerintah sudah mengelola objek wisata tersebut dengan baik, tetapi informan juga mengatakan alangkah baiknya apabila Pemprov Riau memperhatikan lebih ekstra lagi pada Masjid Agung An-Nur, pada bagian Masjid ini sudah mulai ada kerusakan atau Pemprov bisa memberikan yang lebih baik lagi terhadap Masjid Agung An-Nur ini.

“Ya Sudah, tetapi alangkah baiknya apabila Pemprov Riau memperhatikan lebih ekstra lagi pada Masjid Agung An-Nur, dibagian bagian Masjid ini sudah ada mulai kerusakan atau Pemprov bisa memberikan yang lebih baik lagi terhadap Masjid Agung An-Nur”

Informan mengaku bahwa setiap pengembangan pada objek wisata Masjid Agung An-Nur sangat penting karena dengan adanya pengembangan yang terus menerus guna agar Masjid ini bisa menjadi salah satu tempat yang wajib dikunjungi oleh orang-orang yang datang dari luar ataupun dari dalam wilayah Kota Pekanbaru.

“Ya tentu saja penting, karena dengan adanya pengembangan yang terus menerus guna agar Masjid ini bisa menjadi salah satu tempat yang wajib dikunjungi oleh orang-orang yang datang dari luar ataupun dari dalam wilayah Kota Pekanbaru”

Suatu kesenangan bagi informan bisa datang berkunjung ke Masjid Agung An-Nur ini oleh karena itu informan menjadikan Masjid Agung An-Nur untuk tempat berwisata dibandingkan Masjid yang ada di kota Pekanbaru menurut informan alasannya yaitu dikarenakan Masjid ini megah, yang pertama dari segi ukuran masjid ini jauh lebih besar dibanding Masjid lainnya ada di Pekanbaru, halamannya juga luas, banyak tanaman yang indah serta ditanami pohon kurma.

“Saya sangat senang datang kesini, alasan saya memilih berwisata di Masjid Agung An-Nur ini adalah menurut saya karna Masjid ini megah, yg pertama dari segi ukuran Masjid ini jauh lebih besar dibanding Masjid lainnya yang ada di Pekanbaru, halamannya juga luas, banyak tanaman yang indah serta ditanami pohon kurma”

Informan memiliki harapan kepada kemajuan Masjid Agung An-nur ini Agar Masjid Agung An-Nur ini nantinya bisa seperti Masjid yang ada di Islamic Centre di Rokan Hulu, serta bisa lebih dikenal hingga ke luar daerah dan mancanegara, kemudian informan menyebutkan fasilitas umumnya sebaiknya ditambah lagi mengingat Masjid Agung An-Nur memiliki lahan yang luas.

5.3 Hasil Penelusuran Dokumen



Gambar 1 ; Dokumentasi Informan 1



Gambar 2 ; Dokumentasi Informan 2



Gambar 3 ; Dokumentasi Informan 3



Gambar 4 ; Dokumentasi Informan 4



Gambar 5 ; Dokumentasi Informan 5



Gambar 6 ; Dokumentasi Informan 6



Gambar 7 ; Dokumentasi Informan 7

5.4 Pembahasan

Komunikasi memiliki peran penting dalam pengembangan wisata, dengan adanya komunikasi membuat sebuah tempat wisata banyak dikunjungi oleh wisatawan. Dengan adanya promosi tempat wisata semakin banyak dikenal dan diketahui oleh berbagai kalangan masyarakat sehingga tempat wisata tersebut ramai dikunjungi. Dalam proses pemasaran promosi memiliki peranan terpenting. Promosi sendiri merupakan cara berkomunikasi yang paling utama dalam kehidupan manusia. Selain itu, promosi juga di artikan sebagai cara berkomunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang suatu produk yang dihasilkan.

Adapun perencanaan komunikasi dalam pengembangan wisata religi ini terbagi menjadi dua yaitu perencanaan pesan dan perencanaan media. Perencanaan pesan terbagi menjadi dua bagian pesan verbal dan pesan non verbal. Sedangkan

pada perencanaan media itu sendiri terbagi menjadi tiga bagian media cetak, media online dan media elektronik.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan kepada tujuh informan, maka dari itu peneliti membuat pembahasan sesuai dengan tujuan dan teori yang digunakan sebagai berikut : Peneliti melakukan penelitian kepada tujuh informan yang berbeda, yaitu dua informan yang berasal dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau, Pengelola Masjid Agung An-Nur, dan Pengunjung wisata Masjid Agung An-Nur. Dari semua informan peneliti memperoleh hasil secara variasi terkait dengan pengembangan Masjid Agung An-Nur yang terletak di Jl Hangtuah Kota Pekanbaru.

Dari hasil yang didapatkan di lapangan terlihat bahwa, pengembangan sangat berperan penting untuk memajukan sebuah objek wisata seperti Masjid Agung An-Nur ini, menurut enam informan sepakat bahwa akan dilakukan melalui promosi seperti perhatian, ketertarikan, keinginan dan tindakan. Dengan adanya Masjid Agung An-Nur memicu wisatawan untuk berkunjung ketempat tersebut.

Kemudian, Keberhasilan pengembangan masjid Agung An-Nur yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau sangat berhasil salah satunya ialah peningkatan jumlah pengunjung. Dengan adanya Dinas Pariwisata infrastruktur yang ada seperti payung-payung yang akan dibuat di halaman Masjid guna mempercantik/memperindah Masjid. Dengan dilakukannya pembangunan tersebut pengunjung akan tertarik datang ke Masjid Agung An-Nur.

Faktor pendukung dan penghambat pengembangan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, perlu dipelajari bahwa dalam mewujudkan impian Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam memperlancar misi Pariwisata untuk pengembangan tentunya harus di dukung dan juga di dorong guna memperlancar pengembangan yang ada di Pekanbaru. Dalam penerapan promosi serta profesionalisme untuk mengelola pariwisata dan pelayanan baik di bidang pariwisata maupun kebudayaan.

Misi ini tentunya tidak dijalankan oleh Dinas Pariwisata tetapi juga harus di dukung oleh masyarakat setempat. Misi ini juga tidak akan dijalankan secara maksimal sebagaimana hasil temuan seperti kurangnya SDM masyarakat di Kota Pekanbaru kemudian kurangnya komunikasi antara pihak Bkm Masjid dengan Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Hal tersebut merupakan salah satu faktor penghambat pengembangan Pariwisata. Karena itu, pengembangan di suatu daerah sudah pasti tidak terlepas dari dukungan masyarakat setempat.

Hal tersebut juga memicu kekacauan pengembangan yaitu tidak keefektifannya kegiatan pengembangan disebabkan oleh dukungan masyarakat, kurangnya rasa percaya dan kepuasan wisatawan terhadap kegiatan pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Aktifitas pengembangan yang dilakukan tergantung dari seberapa besar dana yang akan dikeluarkan untuk kegiatan pengembangan. Dinas Pariwisata Provinsi Riau terkendala dengan SDM, SDM disini maksudnya ialah belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk dijadikan sebagai tempat wisata.

Rancangan pengembangan yang dibuat bisa saja berubah jika dana yang dikeluarkan terbatas, besar kecilnya pengembangan tergantung seberapa besar dana yang ada. Hal tersebut bahwa pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Riau tidak dapat berdiri sendiri, harus ada dukungan dari pihak internal dan eksternal dari mereka sendiri.

Faktor pendukung pengembangan dikategorikan antara dua yaitu faktor internal dan eksternal. Pihak internal merupakan jajaran serta segenap divisi atau struktur kelembagaan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Riau. Provinsi Riau bekerja keras untuk melahirkan kreatifitas dan menyusun strategi. Dari pihak eksternal terdiri dari Pemerintah daerah, Dinas terkait seperti Dinas Pembangunan Umum, Dinas Lingkungan Hidup dan lain sebagainya. Para Stakeholder juga dapat meningkatkan kualitas taraf hidup masyarakat.

Peneliti juga mengamati bahwa di lokasi Infastruktur yang dikembangkan Pemerintah terhadap Masjid Agung An-Nur sudah baik. Namun, masih ada beberapa kekurangan yaitu pada bagian halaman Masjid Agung An-Nur kurang dikembangkan, halaman Masjid Agung An-Nur yang begitu luas masih belum dimanfaatkan secara optimal. Halaman Masjid yang luas seharusnya bisa dimanfaatkan untuk taman atau sarana untuk memanjakan wisatawan yang datang berkunjung.

Peneliti juga menyadari bahwa di bagaian SDM termasuk masyarakat setempat terdapat beberapa kekurangan dalam pengembangannya sehingga membuat pengembangan terlihat begitu-begitu saja karena kurangnya SDM. Belum ada kekompakan atau match and link antara Dinas Pariwisata Provinsi Riau dengan

pengelola masjid Agung An-Nur tersebut. Hal ini jika terus menerus dibiarkan akan mengakibatkan penurunan wisatawan yang akan berkunjung ke Masjid Agung An-Nur.

Berdasarkan data yang peneliti amati di bagian pengembangan Masjid itu pengelolaannya dilakukan oleh badan pengelola Masjid Agung An-Nur itu sendiri. Masjid Agung An-Nur yang terletak di kota Pekanbaru berada dibawah Naungan Pemerintah Provinsi Riau. Pada Wisata Religi Masjid Agung An-Nur ini ternyata belum ada Kopdarwisnya (Kelompok sadar wisata). Pemerintah Provinsi Riau hanya sebagai pendukung, dalam pengembangan Objek Wisata Religi Masjid Agung An-Nur tersebut.

Dalam perspektif komunikasi peneliti melihat baik itu wisatawan maupun masyarakat setempat sudah baik dalam hal komunikasi. Terutama di bagian bahasa sebagai contoh wisatawan yang datang dari daerah lain tentu berbeda-beda suku seperti Jakarta, Aceh, Jawa, Minang yang menggunakan bahasa daerah masing-masing, bagi wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung An-Nur akan disambut dan berkomunikasi dengan pengurus atau pengelola Masjid sesuai dengan bahasa atau suku pengunjung. Pengunjung yang ingin berkeliling di Masjid Agung An-Nur akan di temani oleh salah seorang dari pengelola atau pengurus. Peneliti melihat pada Masjid Agung An-Nur ini belum memiliki pemandu khusus untuk membawa pengunjung berkeliling sembari melihat-lihat keindahan Masjid Agung An-Nur. Itu merupakan sesuatu yang masih beum dikembangkan di Masjid Agung An-Nur tersebut.

Model Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau saat ini dalam mengkomunikasikan objek wisata Religi Masjid Agung An-Nur meliputi:

1. Perhatian (*Attention*) : Timbulnya sebuah perhatian pengunjung atau wisatawan berarti sebuah pesan yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Perhatian tersebut memiliki tujuan yaitu menjadikan calon pengunjung sebagai target sasaran.
2. Ketertarikan (*Interest*) : Pengunjung atau wisatawan tertarik untuk datang berkunjung ke Objek Wisata Masjid Agung An-Nur karena rasa ingin tahu yang dalam, rasa penasaran. Itu terjadi karena minat yang membuat wisatawan tertarik dengan pesan yang ditujukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau.
3. Keinginan (*Desire*) : Adanya keinginan pengunjung atau wisatawan untuk datang berkunjung ke Objek Wisata Masjid Agung An-Nur.
4. Tindakan (*Action*) : Tindakan terjadi karena adanya keinginan yang kuat sehingga wisatawan atau pengunjung terjadi pengambilan keputusan dan melakukan kunjungan terhadap Objek Wisata Masjid Agung An-Nur.

Simbol-simbol merupakan interaksi yang memiliki asumsi bahwa manusia membentuk makna melalui proses komunikasi. Interaksi simbolik berfokus dengan konsep diri dan persepsi yang dimiliki individu berdasarkan interaksi dengan individu lainnya. kurangnya SDM masyarakat di Kota Pekanbaru kemudian kurangnya komunikasi antara pihak BKM Masjid dengan Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Hal tersebut merupakan salah satu faktor penghambat pengembangan

Pariwisata. Dinas Pariwisata Provinsi Riau terkendala dengan SDM, SDM disini maksudnya ialah belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk dijadikan sebagai tempat wisata.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai perencanaan komunikasi pariwisata dalam mengembangkan wisata religi di Kota Pekanbaru maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

Pada umumnya hampir semua bentuk pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau, pengembangan yang dilakukan baik dalam bentuk personal maupun umum seperti mengadakan pameran dan event. Pameran biasanya diadakan sendiri maupun berkelompok dengan tema yang berbeda-beda. Promosi atau iklan dilakukan dalam bentuk baliho atau brosur yang akan disebar pada beberapa daerah wisata.

Promosi/iklan durasi pada media radio/televisi juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Public Relation merupakan kegiatan sosial yang membentuk kelompok seperti membuat ajang duta wisata yang dilaksanakan hampir tiap tahunnya. Adapun bentuk media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau yaitu internet, seperti instagram, facebook, twitter, website dan youtube. Kemudian selain media online, Dinas Pariwisata Provinsi Riau juga menggunakan media cetak koran dan majalah. Pelaksanaanya berbentuk pengenalan dan pemberitaan kegiatan pariwisata dan juga dalam bentuk *soft news*.

Aktifitas dalam upaya mewujudkan komunikasi interaktif dan terukur, sehingga mampu menciptakan perhatian, ketertarikan, keinginan dan tindakan secara langsung kepada wisatawan. Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam

pengembangan wisata Religi Masjid Agung An-Nur memiliki faktor penghambat yaitu Dinas Pariwisata Provinsi Riau terkendala dengan SDM, SDM disini maksudnya ialah belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk dijadikan sebagai tempat wisata. Kemudian kurangnya komunikasi antara pihak Badan Pengelola Masjid dengan Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

Selanjutnya upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan dan mengembangkan wisata Masjid Agung An-Nur ini yaitu dengan menjalin kembali komunikasi yang baik dengan pihak Pengelola Masjid maupun dengan masyarakat setempat, karena selama ini komunikasi sangat kurang yang dilakukan dalam pengembangan wisata Masjid Agung An-Nur ini. Oleh Karen itu perlu adanya dorongan dari pihak pengelola maupun masyarakat guna meningkatkan wisatawan dan juga meningkatkan kualitas bangunan Masjid, agar ketertarikan wisatawan bisa lebih baik lagi kedepannya.

Promosi juga sangatlah penting disebarluaskan guna mempermudah Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan SDM masyarakat setempat. Kemudian Dinas Pariwisata akan mengupayakan bagaimanan Masjid ini bisa dibangun kembali dan juga di tata sedemikian rupa. Tidak hanya Dinas Pariwisata tetapi agar wisatawan juga berkembang secara pesat. Dalam meningkatkan pengembangan perlu adanya keselarasan antara pihak Dinas Pariwisata Riau dengan badan pengelola Masjid Agung An-Nur. Selain wisatawan tertarik berkunjung juga bisa melaksanakan ibadah dengan khusu’

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan, peneliti mencoba memberikan saran yang kemudian bisa menjadi masukan bagi Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam upaya memaksimalkan kunjungan wisatawan objek wisata Religi Masjid Agung An-Nur :

1. Perlunya membina komunikasi yang efektif dan berkesinambungan antara pihak-pihak yang berkaitan dibidang kepariwisataan khususnya antara Dinas Pariwisata Provinsi Riau dengan Pengelola Masjid Agung An-Nur agar mampu mewujudkan pengembangan Masjid Agung An-Nur yang lebih baik lagi kedepannya.
2. Senantiasa berkoordinasi dengan pemerintah daerah agar ketimpangan antara kesiapan pengembangan wisata daerah sejalan dengan gencarnya pengembangan yang dilakukan. Perlunya sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat paham dan siap bahwa satu tempat ibadah dijadikan sebagai tempat wisata dengan memperhatikan aturan-aturan yang ada.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan temuan-temuan yang harus di laksanakan dalam pengembangan pariwisata di Kota Pekanbaru., temuan itu antara lain : kurangnya perhatian Dinas Pariwisata dalam pengembangan objek wisata Masjid Agung An-Nur, kurangnya koordinasi dengan pihak pengelola terhadap pihak Wisata Religi Masjid Agung An-Nur yang terkesan bahwa keberadaan Wisata Religi tersebut hanya dikelola oleh pihak Masjid Agung An-Nur saja. Dan tidak ditemukan adanya keterlibatan Kelompok Sadar Wisata yang membantu dalam penyampaian informasi wisata kepada pengunjung Masjid

Agung An-Nur. Oleh karena itu peneliti memberikan rekomendasi kepada pihak Pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Riau dan pengelola Masjid Agung An-Nur untuk berkoordinasi dalam melakukan kegiatan Kepariwisataaan, perlunya pembentukan Kelompok Sadar Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduurahmat Fathoni, *Organisasi dan Manajemen Sumber Daya Manusia*, Rineka Cipta, Jakarta, 2006.
- Agus, Suryono. 2019. *Pengantar Teori Pembangunan* Malang: Universitas Negeri Malang.
- Alwi, Hasan. 2017, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Astrid, S. Susanto, Phill. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta : Bina Cipta. 1997
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*, Jakarta : Erlangga
- Barnouw, Eric. 1983. *Documentary a History of The Non-Fiction Film*. NewYork: Oxford University Press
- Bungin, Burhan. 2015. *metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali PERS
- Candra, Ardinal. 2018, Strategi Komunikasi WisataReligijs Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata Oleh Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Jom Fisip, 5,2
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____ 2003. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Prakteknya*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Hardiansyah, Haris, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika:Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2003.*Dasar – Dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- M. Chotib. 2015 Wisata Religi di Kabupaten Jember. Jurnal. Diakses pada Jember.ac.id
- Malayu S.P Hasibuan, 2017, *Manajemen Sumber Daya Manusia* , Jakarta:PT Bumi Aksara
- Moleong, Ixey J. 2017. *Metodologi kbbiPenelitian Kuallitatif*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- _____, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja RosdaKarya
- _____, 2015. *Komunikasi Media dan Masyarakat*. Bandung: RemajaRosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT ~ raja Rosdakarya.
- _____,2017 *Metodoligi Penelitian Kuallitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosc... ____ya. Offset
- Naryono, Endang. 2018, *AIDDA Analysis (Attention, Interest, Dsire, Action) Toward Advertising Effectiveness As a Basic Online Shop Marketing Strategy In Sukabumi City*. Jurnal Ekonomedia STIE Pasim Sukabumi, Vol 7, No 1. Hal 25-26.
- Rani, Deddy Prasetya Maha.2014. Pengembangan Potensi Pariwisata Sumenep, Madura, Jawa Timur. Jurnal Politik, 3(3), 414.
- Razaq, Muhammad, dkk. 2019, *Fung komunikasi Pariwisata Pada Kelompok Sadar Wisata Di Teluk Seribu Dalam ...mbangan Destinasi Wisata Bahaei Manggar Baru*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 7 No. 3. Hal 14-15.
- Rosadi, Dedi. 2011. *Pengelola Wisata Religi dalam Memberikan Pelayanan Ziarah pada Jama'ah*
- Ruslan, Rosady. 2017. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rustan. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Deepublish
- Salmania Siregar, Nina Siti. 2011, *Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik*, Jurnal Ilmu Sosial-Fakultas Fisipol UMA, Vol 4 NO. 2

- Santana K, Septiawan, *Jurnalistik Kontemporer*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 2005.
- Sinaga, Supriono. 2010. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. USU
- Suhendra, Nofri, 2018, *Komunikasi Pariwisata Kabupaten Limapuluh Kota Untuk Membentuk Citra Pariwisata Halal Setelah Ditetapkannya Provinsi Sumatera Barat Sebagai The World Halal Tourism Award*. 2016. *Jomfisip*, 5, 4-5.
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Buku Kita
- Sutawa, G. K. (2012). *Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development*. *Journal Procedia Economics and Finance* 413-422.
- UU NO. 22 Tahun 1999, *Pemberlakuan Otonom Daerah*
- UU NO. 90 Tahun 1960, *Kepariwisata*
- Yasir, 2020. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Deepublish
- Yoeti, Oka. A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita: Jakarta

Ace Doftr Wawancara
17/02-2021
Aurasy

LAMPIRAN

Panduan Wawancara

Judul Penelitian : "Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembang
an Wisata Religi Di Kota Pekanbaru"

Nama Peneliti : Surita Annazmi Sinaga

Pertanyaan Untuk :

1. Kepala dan Staff Dinas Pariwisata

Nama Lengkap :
Tempat Tanggal Lahir :
Usia :
Jabatan/Pekerjaan :
Agama :
Alamat :

Pertanyaan :

1. Bagaimana potensi pariwisata di Provinsi Riau khususnya masjid Agung An-Nur yang berada di Kota Pekanbaru dan apa kelebihanannya bila dibandingkan dengan pariwisata di daerah lain?
2. Bagaimana langkah yang akan dilakukan oleh pemerintah Provinsi Riau dalam mengembangkan wisata religi Masjid Agung An-Nur ?
3. Sudah sejauh apa target pengembangan yang direncanakan ?
4. Sudah sejauh apa target promosi yang dirancang untuk memperkenalkan wisata Religi Masjid Agung An-Nur ?

Ace Datta Pertagas Wazara
17/02-2021
Dunung

Pertanyaan Untuk :

Pengelola Masjid Agung An-Nur

Nama Lengkap :
Tempat Tanggal Lahir :
Usia :
Jabatan/Pekerjaan :
Agama :
Alamat :

Pertanyaan :

1. Apakah bapak/ibu melihat adanya pengembangan yang dilakukan oleh dinas pariwisata ke Masjid Agung Annur ini ?
2. Jelaskan bagaimana sejarah Masjid Agung Annur ini ?
3. Apakah ada pengembangan yang dilakukan oleh masyarakat setempat khususnya masjid Agung Annur Ini ?
4. Bagaimana upaya pemerintah dan dinas pariwisata untuk kemajuan dan pengembangan masjid ini ?
5. Apakah ada dampak buruk/baik yang dilakukan wisatawan dan jamaah Masjid Agung Annur ini ?
6. Apa harapan bapak/ibu untuk masjid Agung Annur ini agar lebih menarik dan juga dapat dikembangkan dengan baik ?
7. Menurut bapak/ibu bagaimana pengunjung dapat mengetahui wisata Masjid Agung Annur ini ?

Aca Pottir pertanya
wisata
17/02/2021 Junof

Pertanyaan Untuk :

Pengunjung

Nama Lengkap :

Tempat Tanggal Lahir :

Usia :

Jabatan/Pekerjaan :

Agama :

Alamat :

Pertanyaan :

1. Bagaimana bapak/ibu bisa mengetahui Masjid Agung An-Nur ini ?
2. Apa tujuan utama anda untuk datang ke lokasi wisata ini ?
3. Sudah berapa kali bapak/ibu berkunjung ke Masjid Agung An-Nur ini ?
4. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang Masjid Agung An-Nur ini ?
5. Apakah bapak/ibu merasa senang berkunjung ke Masjid Agung An-Nur ini ? apa alasannya ?
6. Menurut bapak/ibu apakah pemerintah Provinsi Riau sudah mengelola atau mengembangkan Masjid Agung An-Nur ini dengan baik ?
7. Menurut bapak/ibu apakah aktivitas pengembangan itu penting ?
8. Mengapa bapak/ibu memilih berwisata ke Masjid Agung An-Nur sedangkan yang kita ketahui banyak wisata Religi Masjid lainnya yang ada di kota Pekanbaru ?
9. Apa harapan bapak/ibu untuk kemajuan pariwisata di Provinsi Riau khususnya objek wisata Masjid Agung An-Nur ini ?



011.17-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6825474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini अगर diabaikan
for dan langganinya

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan : Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 29 Desember 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SURITA ANNAZMI SINAGA
N.P.M : 1703110028
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 127... sks, IP Kumulatif ... 3,64

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	PERENCANAAN KOMUNIKASI BARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KOTA PEKANBARU	✓
2	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENGEMBANGAN BARIWISATA DI KABUPATEN TAPANULI TENGAH	
3	PERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN KINERJA PEGAWAI PEMERINTAH KOTA PEKANBARU	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

Medan, tgl. 20

Ketua,

(Signature)
30/12/2020 (SURITA ANNAZMI SINAGA)
12
PB: IRWANSTAZI TANJUNG



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila merujuk surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 3/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **29 Desember 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **SURITA ANNAZMI SINAGA**
N P M : 1703110028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KOTA PEKANBARU**

Pembimbing : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.

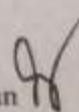
Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 011.17.0311 tahun 2020.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 29 Desember 2021.



Ditetapkan di Medan,
Medan, 20 Djumadil Awwal 1442 H
04 Januari 2021 M

Dekan 

Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 30 Januari 2021

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Sunita Anazni Sinaga

N P M : 1703110028

Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No.3/SK/II.3/UMSU-03/F/2021... tanggal 30 Januari 2021 dengan judul sebagai berikut :

Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi Di Kota Pekanbaru.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(Munzir Fauzan)

Pemohon,

(Sunita Anazni Sinaga)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 120/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 05 Februari 2021
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Ruang 207-CFISIP UMSU
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
6	SURITA ANNAZMI SINAGA	1703110028	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	PERENCANAAN KOMUNIKASI PARWISATA DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KOTA PEKANBARU
7	CAMELIA PUTRI ADINA	1703110003	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PROSES RE-BRANDING APLIKASI NEW PLN MOBILE OLEH HUMAS PT. PLN SUMATERA UTARA
8	MUHAMMAD WAHYU ILHAMI	1603110057	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos.	PERSEPSI PENONTON PADA PENGGUNAAN AKAPELA DIGETIAP PROGRAM TELEVISI SALAM TV
9	MUHAMMAD RIVAN WARIDHA	1603110017	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	STRATEGI KOMUNIKASI KESEHATAN RUMAH SAKIT ISLAM MALAHAYATI DALAM MEHINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TENTANG COVID 19
10	M. ARVIAN RISWANDY SARAGIH	1503110020	Dr. PUJI SANTOSO, S.S. M.SP	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	ANALISIS ISI PENGGUNAAN FOTO JURNALISTIK DALAM BERITA KRIMINAL DI MEDIA ONLINE INTIPOS.COM

Medan, 20 Djumedi, Abdir 1442 H
02 Februari 2021 M





UMSU

Unggul, Cerdas, Terpercaya

Disa menjadikan surat ini agar diterbitkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : *Surita Annazwi Sinaga*
N P M : *1703110028*
Jurusan : *Ilmu Komunikasi*
Judul Skripsi : *Perencanaan Komunikasi Pariwisata Daerah Pengembangan wisata religi di kota Pekanbaru.*

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
I.	30-12-2021	Konsultasi mengenai judul	<i>JA</i>
2.	8-1-2021	menjelaskan sistematika proposal	<i>JA</i>
3.	26-1-2021	Acc proposal	<i>JA</i>
4.	8-2-2021	Bimbingan Revisi proposal	<i>JA</i>
5.	12-2-2021	Bimbingan Draft pertanyaan.	<i>JA</i>
6.	15-2-2021	Acc Draft pertanyaan	<i>JA</i>
7.	11-3-2021	Bimbingan mengenai penelitian	<i>JA</i>
8.	7-4-2021	Bimbingan skripsi Bab 1 dan 5	<i>JA</i>
9.	20-5-2021	Bimbingan terkait hasil penelitian	<i>JA</i>
10	2-6-2021	Bimbingan revisi	<i>JA</i>
11.	10-6-2021	Acc skripsi	<i>JA</i>

Medan, *12 Juni* 20*21*

Dekan

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

[Signature]
(Dr. Agus Saeh, S.Sos.) M.P.

[Signature]
(Nuzulawati Husniyati, S.Sos. M. Kom)

[Signature]
Irena Syari Tanjung



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UPT PERPUSTAKAAN**

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Telp. 6624567 - Ext. 113 Medan 20238
Website: <http://perpustakaan.umsu.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Nomor: 643/KET/IL.6-AU/UMSU-P/M/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : Surita Annazmi Sinaga
NPM : 1703110028
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan/ P.Studi : Ilmu Komunikasi

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 28 Syawal 1442 H
09 Juni 2021 M

Kepala UPT Perpustakaan,



Muhammad Arifin, S.Pd, M.Pd



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PARIWISATA**

Jl. Jend. Sudirman (Komplek Bandar Serai Purna MTQ)
Telp/ Fax. (0761) 40356 – 858886 Pekanbaru 28282
Website : www.pariwisata.riau.go.id/ Email : disparekraf@riau.go.id



SURAT KETERANGAN

Nomor : 070/DPAR-SEK/283

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **RIDHO ADRIANSYAH, S.STP**
NIP : 19830914 200112 1 005
Pangkat/Gol : Pembina (IV/a)
Jabatan : Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata

Menerangkan bahwa :

Nama : **SURITA ANNAZMI SINAGA**
NIM : 1703110028
Prodi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/FISIPOL
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Yang bersangkutan benar telah melakukan Pengumpulan Data dan Penelitian dari Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam rangka menyelesaikan persiapan skripsi/tugas akhir dengan judul ***"Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru"***

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 13 April 2021

**A.n. KEPALA DINAS PARIWISATA PROVINSI RIAU
KEPALA BIDANG PENGEMBANGAN
SUMBER DAYA PARIWISATA**



RIDHO ADRIANSYAH, S.STP
Pembina (IV/a)
NIP. 19830914 200112 1 005



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 776/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 09 Juli 2021
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	SURITA ANNAZMI SINAGA ✓	1703110028	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	PERENCANAAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DI KOTA PEKANBARU
2	INDAH KURNIATI ✓	1703110013	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	REPRESENTASI PERJUANGAN SEORANG AYAH DALAM FILM SEJUTA SAAYANG UNTUKNYA
3	DIAH AYU RATNA NINGSIH ✓	1703110098	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI ETNIS TIONGHOA DALAM UPAYA PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DI ROKAN HILIR RIAU
4	NURUL ANANDA ARIYANI ✓	1703110065	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	DAMPAK PESAN POLITIK TERHADAP PARTISIPASI PEMILIH KOTA MEDAN DI MASA PANDEMI COVID-19
5	LIRA DWINA ANDHARISHA ✓	1703110032	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI TELEGRAM PADA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA

Notulis Sidang :

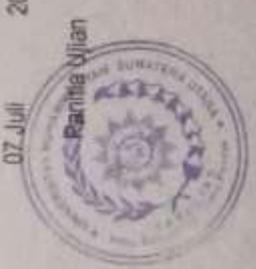
Medan, 26 Dzulqaidah 1442 H

07 Juli 2021 M

Ditetapkan oleh :

Wakil Rektor I

Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Sekretaris
Drs. ZULFAHMIR, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

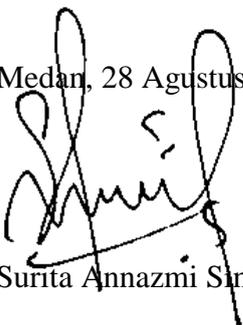
Nama : Surita Annazmi Sinaga
Tempat/ Tanggal Lahir : Park. Sei Lala, 28 Agustus 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Komp. Perum PTPN V desa Perkebunan Sei Lala
Kecamatan Sungai Lala Kabupaten Indragiri
Hulu, Provinsi Riau

Nama Orangtua
Ayah : Saprir Sinaga
Ibu : Emida Nora
Alamat : Komp. Perum PTPN V desa Perkebunan Sei Lala
Kecamatan Sungai Lala Kabupaten Indragiri Hulu,
Provinsi Riau

Jenjang Pendidikan

1. SD Negeri 001 Rimpian : 2005 - 2011
2. SMP Negeri 1 Sungai Lala : 2011 - 2014
3. SMA Negeri 1 Sungai Lala : 2014 - 2017
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara : 2017 – 2021

Medan, 28 Agustus 2021



Surita Annazmi Sinaga