

Perencanaan Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Wisata Religi di Kota Pekanbaru

Surita Annazmi Sinaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Mochtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email: suritasinaga@gmail.com

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*

1. PENDAHULUAN

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 khususnya 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 disekeliling 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 melalui 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."

2. METODE PENELITIAN

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 data menjelaskannya dari faktor-faktor yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti.

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.

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 kelapangan 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.

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.

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. HASIL DAN 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 devisa 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 Infrastruktur yang dikembangkan Pemerintah terhadap Masjid Agung An-Nur sudah baik. Namun, masih ada beberapa kekurangan yaitu pada bagian halaman Masjid Agung An-Nur kurang di kembangkan, 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 sehinggamembuat 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 Priwisata Provinsi Riau terkendala dengan SDM, SDM disini maksudnya ialah belum siap dalam artian pada pengelolaan satu tempat ibadah untuk dijadikan sebagai tempat wisata.

4. KESIMPULAN

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/televise 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 bagaimanapun 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 khusus'.

5. REFERENSI

Buku

- Candra, Ardinal. 2018, Strategi Komunikasi WisataReligijs Dalam MeningkatkanJumlah Kunjungan Wisata Oleh Badan Pengelola Masjid Agung Islamic Centre Rokan Hulu. Jom Fisip, 5,2
Hardiansyah, Haris, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika: Jakarta.
Moleong, Ixey J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya

Jurnal

- Amalia, F. R. (2018). *Strategi Komunikasi Pembangunan Dalam Pemanfaatan DanaAlokasi Nagari (Di Nagari Limo Kaum Sumatera Barat)* (Doctoral dissertation).
- Aulia, R., Ginting, R., & Khairani, L. (2020). Model Komunikasi Antarbudaya dalam mewujudkan Nilai-nilai Multikulturalisme melalui Kearifan Lokal Marjambar di Kelurahan Bunga Bondar Sipirok. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 1(2), 197-212.
- Diningsih, I. P. (2021). *PENGARUH PROGRAM KESELAMATAN DAN KESEHATANKERJA, BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN YANG DIMEDIASI OLEH STRESS KERJA PADA MITRA PENGGUNA JASA LAYANAN BALAI KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA MEDAN* (Doctoral dissertation).
- Fudzah, N., Bahri, S., & Khairani, L. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA PT. POS INDONESIA KANTOR REGIONAL I MEDAN. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 1(3), 173-183.
- Handayani, A. (2018). *Pola Komunikasi Marketing Hotel Untuk Meningkatkan OccupancyDi Garuda Plaza Hotel Medan* (Doctoral dissertation).
- HENDRA, Y., Rudianto, R., & Priadi, R. (2018). ANALISIS MODEL KOMUNIKASI EFEKTIF DALAM KOMUNIKASI MITIGASI BENCANA. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Kabu, S. R., & Priadi, R. (2020). Kompetensi Komunikasi Pimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Di Kementerian Agama Kabupaten Nias Utara. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 12-22.

- Khairani, L. (2020). [BUKU] Sejarah Politik dan Kekuasaan. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Priadi, R. (2020). [Turnitin] Teacher Communication Effectiveness in the Learning Process. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Priadi, R. (2020). [Turnitin] The Phenomenon Of Islamic State Of Iraq And Syria (ISIS) Onrepublika. Co. Idframing, Indonesia. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Priadi, R. (2020). [Turnitin] Family Communication Model in Forming Pious Children. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Putri, N. A. (2019). *Bullying Dalam Pendidikan (Analisis Semiotika Film Sajen Karya Haqi Ahmad)* (Doctoral dissertation).
- Pulungan, D. R., Khairani, L., Arda, M., Koto, M., & Kurnia, E. (2019, October). Memotivasi Anak Usia Dini Menabung Demi Masa Depan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 296-301).
- Ramadhani, F., Ramadhani, U., & Basit, L. (2020). Combination of Hybrid Cryptography In One Time Pad (OTP) Algorithm And Keyed-Hash Message Authentication Code (HMAC) In Securing The Whatsapp Communication Application. *Journal of Computer Science, Information Technology and Telecommunication Engineering*, 1(1), 31-36.
- Saleh, A., & Basit, L. (2018). PENGEMBANGAN MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN TAMBANG EMAS AGINCOURT RESOURCES DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MISKIN TAPANULI SELATAN SUMATERA UTARA. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Santoso, P. (2021). [Artikel HaKI] _Konstruksi Realitas Pemberitaan Media. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Santoso, P. (2021). [Sertifikat HaKI] _Opini Wartawan Terhadap Kebebasan Pers_ Studi Kasus Aliansi Jurnalis Independen dan Persatuan Wartawan Indonesia. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Sari, P. P., & Basit, L. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 47-60.