

Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Dumai Dalam Mengembangkan Wisata Religi “Masjid Dumai Islamic Center”

Oleh:
Siti Inne Mentari

Dosen Pembimbing:
Dr. Ferry Adhi Dharma, M.I.Kom.

Program Studi:
Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Pendahuluan

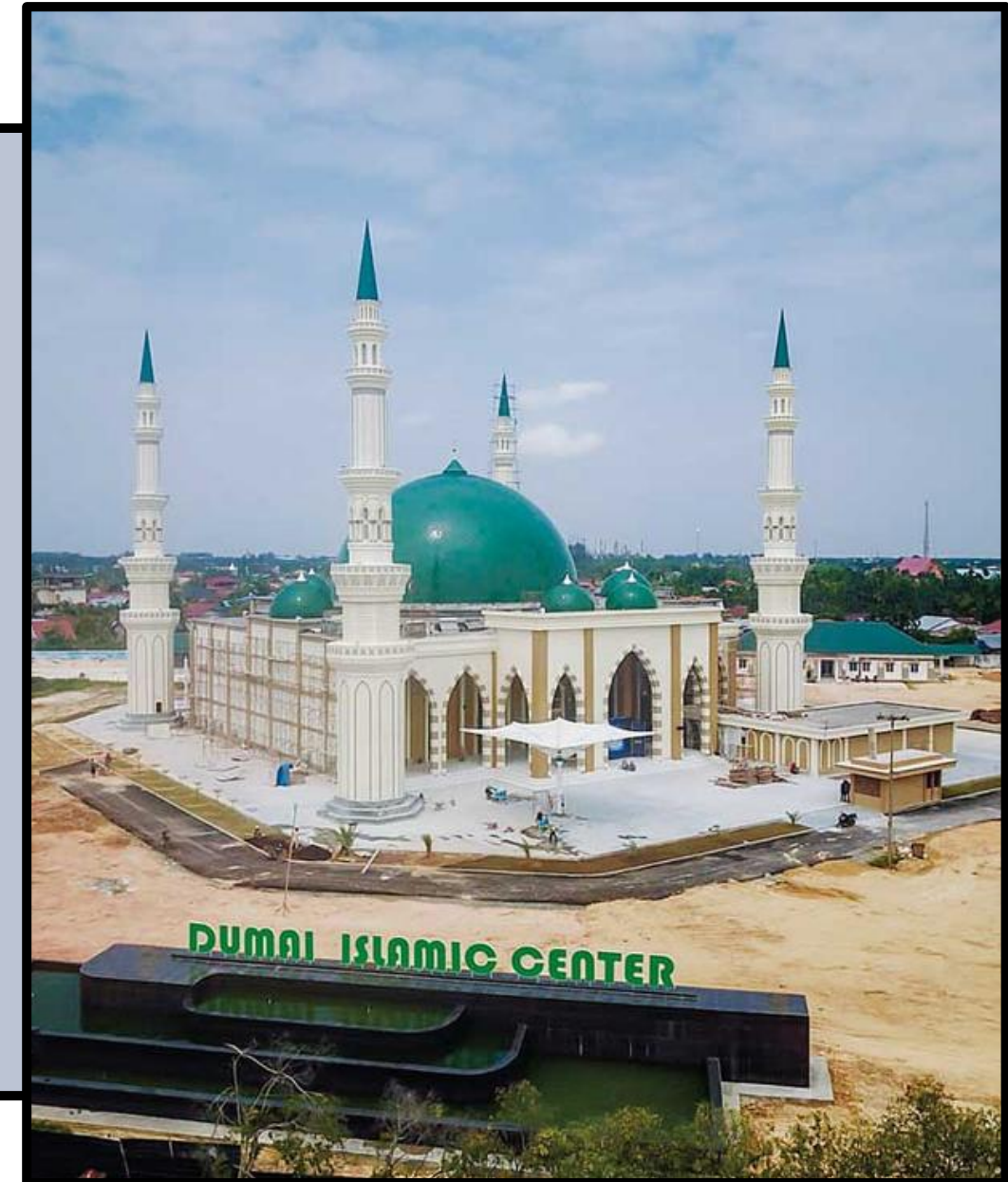
Wisata religi merujuk pada jenis wisata yang melibatkan kegiatan atau tempat yang berhubungan dengan agama. Menurut (Situmeang 2023) wisata religi adalah perjalanan ke lokasi yang memiliki arti khusus bagi umat beragama tertentu. Oleh karenanya, wisata religi lebih mengarah pada ziarah. Wisata religi juga merupakan perjalanan atau kunjungan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke tempat dan institusi yang memainkan peran penting dalam menyebarkan dakwah dan pendidikan agama



Pendahuluan

Masjid Dumai Islamic Center (DIC)

Masjid Dumai Islamic Center (DIC) adalah ikon wisata religi di Kota Dumai yang menarik perhatian masyarakat lokal dan pengunjung luar daerah. Selain sebagai tempat ibadah, DIC berfungsi sebagai pusat dakwah dan pembelajaran agama Islam. Dibangun pada tahun 2021 dan selesai pada tahun 2023, DIC menjadi salah satu destinasi wisata religi yang sedang berkembang pesat di kota ini.



Pendahuluan

Selain berfungsi sebagai tempat ibadah, DIC juga menjadi pusat kegiatan keagamaan, dakwah, dan wisata religi yang menarik pengunjung untuk menghadiri pengajian, seminar, dan kegiatan spiritual lainnya (Bambang, 2023). DIC juga menjadi pusat pendidikan dan pemberdayaan ekonomi, yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian lokal di sekitar masjid (Riau, 2024).

Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Dumai Dalam Mengembangkan Wisata Religi “Masjid Dumai Islamic Center”?



Teori

Penjelasan singkat teori pentahelix menurut Soemryani serta Halibas, Sibyan, & Maat.

Sinergi Multi-Stakeholder untuk Pencapaian Tujuan Strategis

Model pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal mungkin dalam rangka mencapai tujuan.

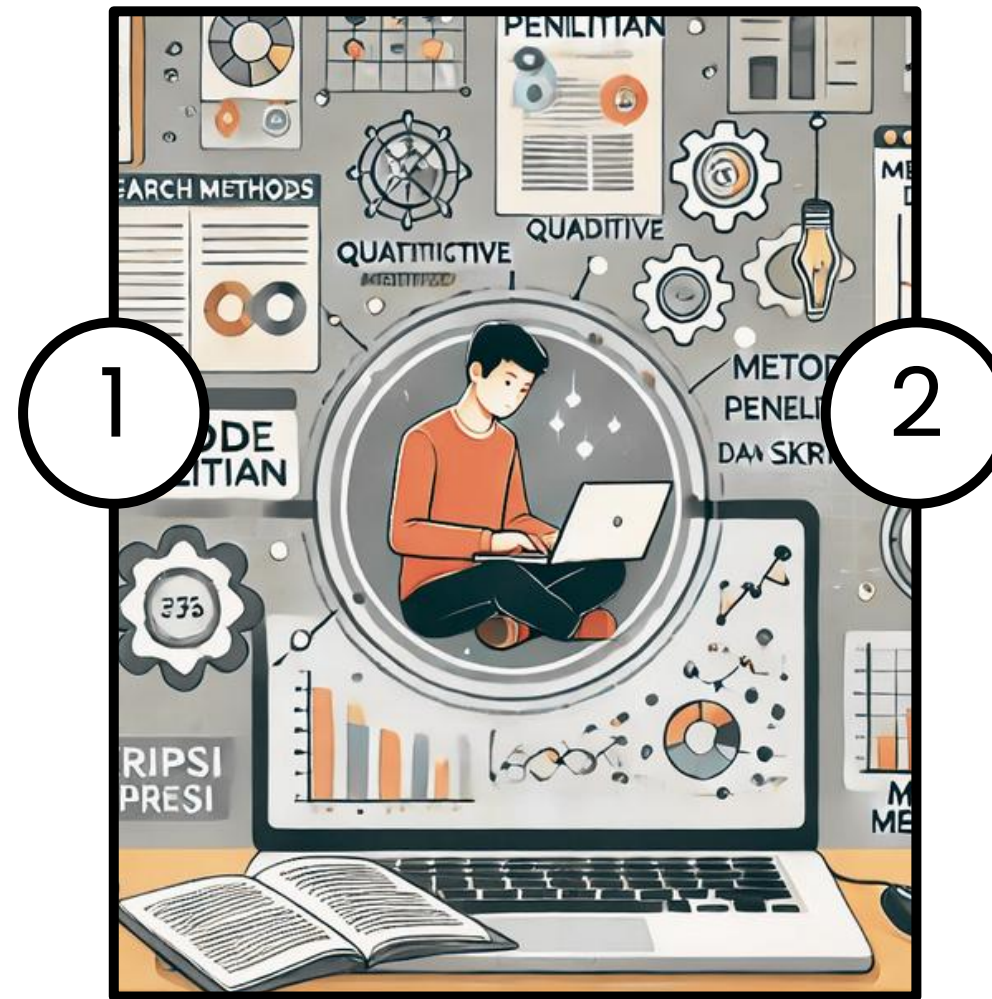
Strategi Kolaborasi Optimal antar Pemangku Kepentingan

Pentahelix itulah jurus lima unsur yang disebut sebagai penentu kesuksesan pariwisata. "Rumusnya ABCGM, Academician, Business, Community, Government, Media. Lima unsur itu harus kompak, saling support, membangun iklim pariwisata yang kondusif.

Tujuan & Manfaat

Tujuan

Untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi pariwisata yang diterapkan oleh pemerintah Kota Dumai dalam pengembangan wisata religi di Masjid DIC



Manfaat

Mengetahui strategi komunikasi pariwisata yang diterapkan oleh pemerintah Kota Dumai dalam pengembangan wisata religi di Masjid DIC

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena secara mendalam dengan pengumpulan data pada populasi atau sampel yang terbatas.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara

Teknis Analisis Data

Analisis data wawancara menggunakan triangulasi sumber dan data untuk meminimalisir bias dari sumber, peneliti, atau metode dengan menghubungkan berbagai sumber dan metode.

Hasil & Pembahasan

Pertama, Strengths (Kekuatan): Strategi komunikasi Pemerintah Kota Dumai didukung oleh penggunaan media yang beragam (cetak, elektronik, media sosial). Kolaborasi dengan akun lokal seperti @sepdum di Instagram memperluas jangkauan, pelibatan media nasional seperti Metro TV meningkatkan eksposur, dan content creator dengan banyak pengikut memperkuat promosi melalui konten kreatif.

Hasil & Pembahasan

Kedua, Weaknesses (Kelemahan): Kurangnya anggaran khusus untuk promosi menjadi salah satu kelemahan yang mempengaruhi pelaksanaan strategi komunikasi secara optimal. Selain itu, keterlibatan akademisi dalam memberikan kajian strategis belum dilakukan secara formal.

"Jujur kami tidak memiliki anggaran khusus untuk hal ini. Tetapi ini merupakan tanggung jawab moral sebagai bagian dari masyarakat Kota Dumai". (Saddam, Diskomnfo Dumai, 19 November 2024).

Hasil & Pembahasan

Ketiga, Opportunities (Peluang): Swadaya pemangku kepentingan di DIC membuka peluang promosi dan pemberdayaan ekonomi lokal. Kegiatan seperti pameran bonsai dan lomba burung menarik wisatawan, melibatkan sektor swasta melalui sponsorship, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.



Hasil & Pembahasan

Terakhit, Threats (Ancaman): Pergantian kepemimpinan dan personel di dinas terkait menimbulkan ketidakpastian struktural yang dapat menghambat keberlanjutan program serta menciptakan risiko fragmentasi dalam implementasi kebijakan.

Tanpa mekanisme yang jelas untuk menjaga kontinuitas, DIC berisiko kalah bersaing dengan destinasi wisata religi lain, seperti Islamic Center Rokan Hulu, yang dikelola lebih konsisten dan terintegrasi.



Kesimpulan

Strategi komunikasi Pemerintah Kota Dumai dalam mengembangkan Dumai Islamic Center (DIC) sebagai destinasi wisata religi memiliki potensi besar melalui pemanfaatan media dan kolaborasi lintas sektor. Namun, tantangan seperti keterbatasan anggaran, kurangnya keterlibatan akademisi, serta ancaman birokrasi dan persaingan tetap ada.

Penerapan model Pentahelix dengan sinergi antara pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media diperlukan untuk memastikan keberlanjutan pengembangan DIC sebagai destinasi unggulan yang mendukung ekonomi dan sosial Dumai.

LoA Jurnal

Letter of Acceptance (LoA) Jurnal

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

JISIP
Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ISSN 2442-5962 UNTRI PRESS sinta 4 Open Access Journal Universitas Tribhuwana Tunggadewi

ACCEPTANCE LETTER
Number: 02.005/LoA/JISIP/FISIP-UNITRI/1/2025

Thank you for submitting article to the Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), University of Tribhuwana Tunggadewi. The article with the identity below:

Code : #3318
Author(s) : **Siti Inne Mentari, Ferry Adhi Dharma**
Institution : Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Article Title : Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Dumai dalam Mengembangkan Wisata Religi "Masjid Dumai Islamic Center"

After passing the manuscript review and editing process, your article is **accepted** and will be published in **Volume 14, Number 2 (Agustus, 2025)**. Author is still required to fulfill the publication procedure in JISIP until it is published.

Thus this certificate is made with the hope that it can be used properly.

Issued at: Malang
On the date of: January 12, 2025
Chief Editor

Fathul Qorib, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN 0720018903

Editorial Office :
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Jl. Telaga Warna, Tlogomas, Malang, Jawa Timur, Indonesia
Telp. / fax : (0341) 565 500 / (0341) 565 522
WhatsApp : 085354769970 (Fathul Qorib, S.I.Kom.,M.I.Kom)



