

## ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan aset yang penting bagi negara dalam era globalisasi sebagai salah satu penyumbang terbesar dalam pendapatan negara serta pendorong perekonomian masyarakat. Saat minyak dan gas bumi tidak lagi menjadi andalan penopang anggaran negara, Provinsi Riau yang dikenal sebagai pemasok minyak dan gas bumi di Indonesia melakukan pengembangan dalam sektor pariwisata sebagai upaya untuk dapat meningkatkan perekonomian daerah dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu upaya Provinsi Riau dalam pengembangan sektor pariwisata melalui ajang Bujang Dara Riau. Pemilihan Bujang Dara Riau sebagai upaya memperoleh duta wisata yang akan diposisikan sebagai ikon promosi pariwisata Riau. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau melalui ajang Bujang Dara. Adapun strategi komunikasi pemasaran dalam penelitian ini menggunakan tiga model Dwi Sapta IMC yakni *Discovery Circle*, *Intent Circle*, dan *Strategy Circle*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan 2 Informan Utama dan 2 Informan Pendukung. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan sektor kepariwisataan yakni dengan cara menggunakan POSE (*Paid media*, *Owned media*, *Social media*, dan *Endorser*). *Paid media* atau media berbayar, yakni pemasangan iklan-iklan di media-media dengan pembelian space dengan berbayar. *Owned media*, melalui media internal Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk mendapatkan informasi tentang kepariwisataan seperti website, Cerita Baru Center dan lain-lainnya. *Social media*, bertujuan untuk memberikan ikatan, membangun keterikatan antara sales dan buyer seperti Instagram, Facebook, Twitter, Path, Youtube, dan lain-lain. *Endorser*, mampu memberikan daya tarik dan sebagai pendorong yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi komunikasi pemasaran pariwisata, seperti contoh melibatkan komunitas, Bujang Dara sebagai Ambassador dan lain-lain

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Dinas Pariwisata Provinsi Riau, IMC, Acara, Bujang Dara**