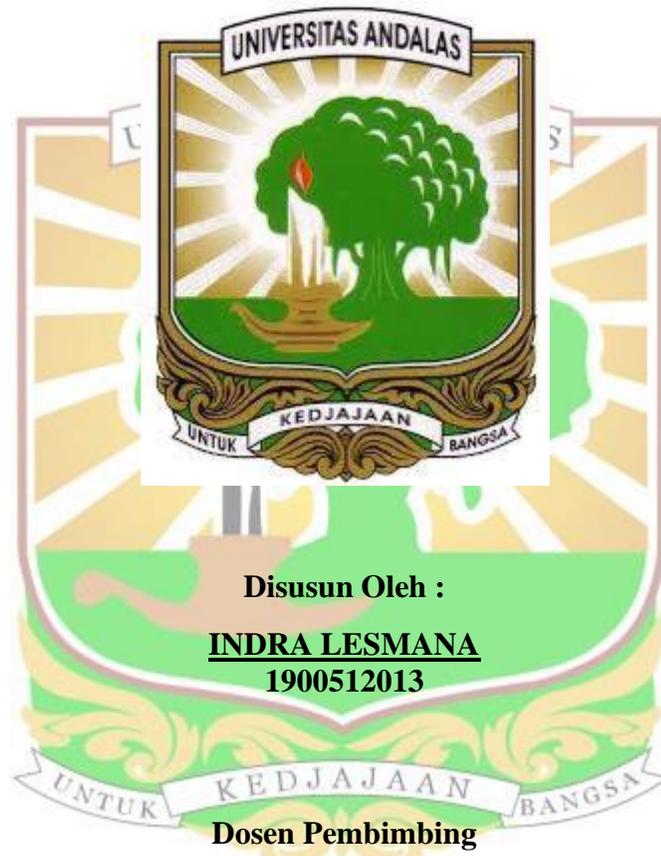


TUGAS AKHIR
PERUBAHAN STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KOTA
PAYAKUMBUH DI MASA PANDEMI COVID - 19

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program
Studi Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Disusun Oleh :

INDRA LESMANA
1900512013

Dosen Pembimbing

Dra Leli Sumarni, MS, MSi
NIP. 196212041987032001

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022

ABSTRAK

Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), ada salah satu elemen yang berfungsi untuk meningkatkan sesuatu (barang atau jasa) ke arah yang lebih baik, yaitu *Promotion*. Dalam pemasaran, *Promotion* sering diartikan sebagai mengembangkan dan meningkatkan. Tanpa adanya *Promotion*, proses pemasaran tidak akan berjalan dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mewawancari beberapa staf atau karyawan yang ahli dibidangnya. Wilayah pemasaran utama yaitu di wilayah Sumatera. Perubahan prosedur pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Payakumbuh selama masa pandemi khususnya langsung pertama, memanfaatkan video edukasi wisata *new normal*, metode yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Payakumbuh khususnya membuat SOP sebagai rekaman panduan pergerakan, kedua, melibatkan hiburan berbasis web sebagai metode yang menarik dan efektif untuk kemajuan, ketiga, selesaikan tahap penilaian untuk mengetahui tempat liburan agar tamu bisa menikmatinya kembali. Hiburan online dimanfaatkan oleh dinas pariwisata seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Kehadiran virus *Corona* membuat semua aktivitas lokal dibatasi yang berdampak pada kawasan pariwisata, penurunan wisatawan dalam berwisata, membuat bayaran objek wisata menurun. Selain itu, beberapa tempat liburan ditutup sebentar untuk membatasi peningkatan kecepatan penyebaran infeksi virus *Corona*.

Kata Kunci : Konsep Pemasaran, Konsep Promosi, Konsep Strategi