

ABSTRAK

ANALISIS KOMUNIKASI TENTANG KEKUATAN DAN KELEMAHAN STRATEGI PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA BUKITTINGGI

Oleh:
YOLLANDA
1210863011

Pembimbing:
Dr. Emeraldy Chatra
Rinaldi M.I.kom

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh apa yang membuat tingkat kedatangan wisatawan ke Bukittinggi meningkat setiap tahun baik dari wisatawan lokal dan mancanegara, sedangkan promosi yang dilakukan tidak begitu gencar. Fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana usaha dan strategi seperti apa yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Serta mengetahui kekuatan dan kelemahan dari strategi yang dilakukan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bukittinggi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Sementara itu, teknik keabsahan data yang peneliti gunakan adalah triangulasi sumber. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teori citra dan teori Media Richness yang dikemukakan oleh Richard. L. Daft dan Robert. H. Lengel.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa pihak dinas melakukan cukup banyak cara dalam berpromosi dan kekuatannya terletak pada *image* Bukittinggi itu sendiri, dan juga pelaksanaan metode table top yang memberikan hasil yang cukup memuaskan. Selain itu penggunaan media sosial memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap aktifitas promosi. Kendala dalam melakukan promosi terletak pada SDM yang kurang dan dana yang membuat beberapa kegiatan tidak dilaksanakan. Serta kurangnya kerjasama dengan pihak terkait membuat permasalahan yang ada tidak terselesaikan dengan baik.

Kata kunci : Pariwisata, Strategi Promosi, Wisatawan

ABSTRACT

Communication Analysis About The Strengths And The Weaknesses of The Promotion Strategy Department Of Culture And Tourism Bukittinggi

By:
YOLLANDA
1210863011

Supervisors:
Dr. Emeraldy Chatra
Rinaldi M.I.kom

This research is motivated by what makes tourist arrival increasing every year from local or foreign tourism, while the promotions is don't much. The focus of the research is to see how the bussines and strategy of what is done Department of Culture and Tourism in improving the traveler an know the strengths and the weaknesses of the strategy. This research aims to describe how the strategy of the promotion done by the Govermant Bukittinggi especially Department of Culture and Tourism increasing tourist arrivals.

This research used a qualitative approach and descriptive. Data was collected through interviews and documentation. Meanwhile, the validity of the technique used is the triangulation of data sources. Selection of informants conducted by purposive sampling technique. This research uses the Image Theory and The Media Richness of Richard. L. Daft dan Robert. H. Lengel.

Based on the results of the research, the researchers conclude that the goverman is doing a lot of ways in promotion and his strength is in own image Bukittinggi, and implementation of the table top method which give satisfactory result. Besides the use of social media make a substantial contribution towards promotional activities. Problems in the promotion is human resources and funds that make some acitivities are not carried out. And then his lack of cooperation with other parties to make the exsisting problems are not completed properly.

Keywords: *Tourism, Promotion Strategy, Traveller*