

ABSTRAK

Penggunaan *YouTube* Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan

Oleh:

MUHAMMAD RAHIMUL AMIN

1110862005

Pembimbing

Yesi Puspita, M. Si

Revi Marta, M.I.kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *YouTube* Sebagai Media Promosi Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan. *YouTube* adalah sebuah media sosial yang banyak digunakan sebagai sarana promosi objek wisata dalam bentuk visual dan audio visual. Kawasan Wisata Mandeh menjadi sebuah objek wisata yang menarik perhatian dan banyak dipromosikan dengan menggunakan *YouTube*.

Hasil penelitian dianalisis dengan *media richness theory* dari Daft dan Lengel, teori ini menunjukkan pertimbangan pemilihan sebuah media komunikasi yang paling tepat digunakan. *Media richness theory* dapat mengurangi ketidakpastian dan ketidakjelasan berdasarkan kemampuan sebuah media. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan wawancara langsung dengan tiga orang yang telah meng-*upload* video tentang KawasanWisataMandeh, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan media sosial *YouTube* mempunyai beberapa pertimbangan yaitu durasi, ukuran file, pengguna yang beragam, pesan visual dan audio visual, fitur pencarian, sarana interaksi, dan penggunaan yang gratis. Penggunaan *YouTube* dalam mempromosikan Kawasan Wisata Mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan sangat bergantung bagaimana video yang diupload. Ketiga peng-*upload* video mementingkan durasi, pengambilan gambar dengan menggunakan drone, *background*, dan *scene* untuk mempromosikan Kawasan Objek Wisata Mandeh. Dengan menggunakan *YouTube* semakin banyak yang mengetahui dan datang ke Objek Kawasan Wisata Mandeh.

Kata Kunci: Media Sosial, *YouTube*, Promosi, KawasanWisataMandeh, Media Richness Theory.

Abstract

THE USES OF YOUTUBE AS MEDIA TOURISM PROMOTION OF MANDEH AREA IN PESISIR SELATAN

by:

MUHAMMAD RAHIMUL AMIN

1110862005

Supervisors:

Yesi Puspita, M. Si

Revi Marta, M.I.kom

This research aims to know the use of *YouTube* as media tourism promotion mandeh area at Pesisir Selatan. *YouTube* is a social media that widely used as a means of tourism promotion the form of visual and audio visual. Mandeh area becomes object that attracted the attention and promoted by using *YouTube*.

The result of this research are analyzed with media richness theory from Draft and Lengel, this theory shows the appropriate consideration for communication media to be used. It can decrease the uncertainty and obscurity based on the ability of a media. The method is qualitative method. It can use purposive sampling techniques for selection the informants. The data collection is using an interview with three people that upload video about Mandeh tourism area, observation and documentation.

The result of this research show that *YouTube* as social media have some consideration like duration, file size, the use of diverse, the message of visual and audio visual, search feature, interaction, and free for used. *YouTube* for tourism promotion Mandeh area in Pesisir Selatan will be depending on how the video uploaded. The third video upload concerned about duration, take of picture with drone, back sound and scene for promotion Mandeh tourism area. Many people will know and come to Mandeh tourism area using *YouTube*.

Key Word: Social Media, *YouTube*, Promotion, Mandeh tourism area, Media Richness Theory.