

**KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA
KOTA BUKITTINGGI UNTUK MEMBENTUK IDENTITAS
PARIWISATA KULTURAL**

(Studi Deskriptif pada Identitas “*Great Bukittinggi*”)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Memeroleh Gelar Sarjana Strata Satu

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2024

ABSTRAK

KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA BUKITTINGGI UNTUK MEMBENTUK IDENTITAS PARIWISATA (Studi Deskriptif pada Identitas “Great Bukittinggi”)

Oleh:

**Raihan Puressa
1910862017**

Pembimbing

**Vitania Yulia, S.Sos., MA
Revi Marta, M.I.kom**

Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan memajukan pariwisata di Kota Bukittinggi. Perkembangan dunia kepariwisataan menjadi tugas penting Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi untuk memberikan satu ciri khas khusus bagi Kota Bukittinggi agar memiliki identitas yang kuat. Identitas ini nantinya akan membantu Kota Bukittinggi agar dapat dikenal wisatawan dengan ciri khasnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam upaya Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi dalam membangun identitas pariwisata dan pandangan wisatawan terhadapnya serta membahas komponen pembentuk identitas tersebut. Penelitian ini menggunakan model *Marketing Communication Mix* untuk membahasnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma post-positivisme. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi belum berjalan sebagaimana mestinya. Keberadaan model dan konsep yang digunakan semakin penting, karena model dan konsep yang digunakan dapat menjadi acuan serta instrumen dalam melakukan komunikasi pemasaran khususnya untuk membentuk suatu identitas bagi sebuah produk pariwisata.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi, Identitas Pariwisata

ABSTRACT

**KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA
BUKITTINGGI UNTUK MEMBENTUK IDENTITAS PARIWISATA
(Descriptive Studies on “Great Bukittinggi” Identity)**

By:

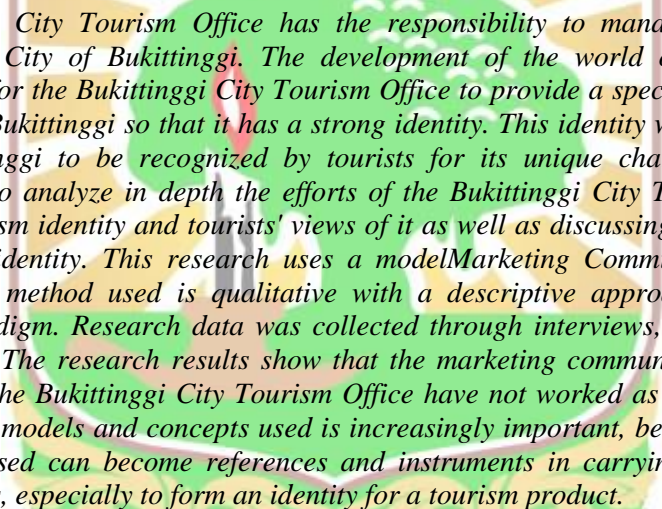
Raihan Puressa

1910862017

Mentor

Vitania Yulia, S.Sos., MA

Revi Marta, M. Ikom



The Bukittinggi City Tourism Office has the responsibility to manage and promote tourism in the City of Bukittinggi. The development of the world of tourism is an important task for the Bukittinggi City Tourism Office to provide a special characteristic for the City of Bukittinggi so that it has a strong identity. This identity will later help the City of Bukittinggi to be recognized by tourists for its unique characteristics. This research aims to analyze in depth the efforts of the Bukittinggi City Tourism Office in building a tourism identity and tourists' views of it as well as discussing the components that form this identity. This research uses a model Marketing Communication Mix to discuss it. The method used is qualitative with a descriptive approach and a post-positivism paradigm. Research data was collected through interviews, observation and documentation. The research results show that the marketing communication practices carried out by the Bukittinggi City Tourism Office have not worked as they should. The existence of the models and concepts used is increasingly important, because the models and concepts used can become references and instruments in carrying out marketing communications, especially to form an identity for a tourism product.

Keywords: Marketing Communication, Tourism, Bukittinggi City Tourism Office, Tourism Identity