STRATEGI DINAS PARIWISATA PROVINSI SUMATERA BARAT DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS *TAGLINE ‘‘TASTE OF PADANG”*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

OLEH:

PUTRIAFNAN SALSABIL YEDISMAN

1910843016

Pembimbing:

1. **Drs. Yoserizal, M.Si**
2. **Dr. Hendri Koeswara, S.IP , M.Soc.Sc**

DEPARTEMEN ADMINISTRASI PUBLIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2024

ABSTRAK

Putriafnan Salsabil Yedisman, No. BP 1910843016, Strategi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis *Tagline ‘‘Taste of Padang”,* Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Andalas, Padang, 2024. Dibimbing Oleh: Drs. Yoserizal M.Si. dan Dr. Hendri Koeswara, S.IP, M.Soc. Sc. Skripsi ini terdiri dari 124 halaman dengan referensi 11 buku teori, 9 buku metode, 3 jurnal, 3 peraturan, dan 5 skripsi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh rendahnya peranan pariwisata Sumatera Barat pada tahun 2016 lalu sedangkan potensi pariwisatanya sangat memadai, sehingga dalam RPJMD nya dibutuhkan suatu strategi dalam upaya mengembangkan pariwisatanya yang salah satunya berupa pencipataan *branding / tagline* wisata daerah Sumatera Barat. Setelah dilakukan FGD, akhirnya lahir *tagline ‘’Taste of Padang*” yang bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata Sumatera Barat dan membangun citra pariwisatanya agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat karena *tagline* wisata daerah memiliki peranan penting dalam pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana strategi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan pariwisata berbasis *tagline “Taste of Padang”.*

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk menguji keabsahan data yang di dapat di lapangan, dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber. Kemudian untuk pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Landasan teori yang menjadi pisau analisis dalam penelitian ini adalah teori inti strategi yang dikemukakan oleh Richard P. Rumelt yang terdiri dari diagnosis, kebijakan penuntun dan tindakan koheren.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat telah memenuhi ketiga variabel dari teori inti strategi yang dikemukakan oleh Richard P. Rumelt tersebut, sehingga sudah dapat dikatakan sebagai *good strategy*. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat telah melakukan pelaksanaan strategi dalam upaya pengembangan pariwisata berbasis *tagline “Taste of Padang”* dengan cukup baik, namun belum maksimal karena tidak adanya tindak lanjutan terkini berupa kegiatan jelas terhadap promosi *tagline ‘’Taste of Padang’’* dalam beberapa tahun belakangan ini. Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan pariwisata berbasis *tagline “Taste of Padang”* yaitu dengan melakukan sosialisasi,penyuluhan sadar wisata dan juga promosi melalui logo *“Taste of Padang”* pada baliho,spanduk,banner,brosur, ataupun media cetak berupa koran serta media sosial.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Pariwisata, *Tagline, Taste of Padang*

ABSTRACT

Putriafnan Salsabil Yedisman, No. BP 1910843016, *West Sumatra Province Tourism Office Strategy in Tourism Development Based on the Tagline "Taste of Padang", Department of Public Administration, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang, 2024. Supervised by: Drs. Yoserizal M.Si. and Dr. Hendri Koeswara, S.IP, M.Soc. Sc. This thesis consists of 124 pages with references of 11 Theory books, 9 Method books, 3 Journals, 3 regulations and 5 Thesis.*

This research was motivated by the low role of West Sumatra tourism in 2016, meanwhile its tourism potential was very adequate, so that in the RPJMD an effort was needed to develop its tourism, which one of the strategy is creating regional tourism branding/taglines. After the FGD was carried out, "Taste of Padang" was finally born and aims to promote the West Sumatra tourist destination and build its tourism image in order to increase the number of tourist visits to West Sumatra in which the regional tagline has an important role in tourism development. Therefore, researchers are interested in analyzing the strategy of the West Sumatra Province Tourism Office in developing tourism based on the tagline "Taste of Padang".

The method used in this research is a qualitative descriptive method using data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. Meanwhile, to test the validity of the data obtained in the field, it was carried out using source triangulation techniques. Then to select informants, the researcher used a purposive sampling technique. The theoretical basis that becomes the analytical tool in this research is the core theory of strategy put forward by Richard P. Rumelt which consists of diagnosis, guiding policy and coherent action.

Based on the results of this research, it can be concluded that the West Sumatra Province Tourism Office has fulfilled the three variables of the core strategy theory proposed by Richard P. Rumelt, so it can be said to be a good strategy. The West Sumatra Provincial Tourism Office has implemented strategies in an effort to develop tourism based on the tagline "Taste of Padang" quite well, but it has not been optimal because there has been no recent follow-up in the form of clear activities to promote the tagline "Taste of Padang" in recent years. The strategy carried out by the West Sumatra Provincial Tourism Office in developing tourism based on the tagline "Taste of Padang" is by conducting outreach, tourism awareness outreach and also promotion through the "Taste of Padang" logo on billboards, banners, banners, brochures or printed media. in the form of newspapers and social media.

Keywords: Strategy, Tourism Development, Tagline, Taste of Padang