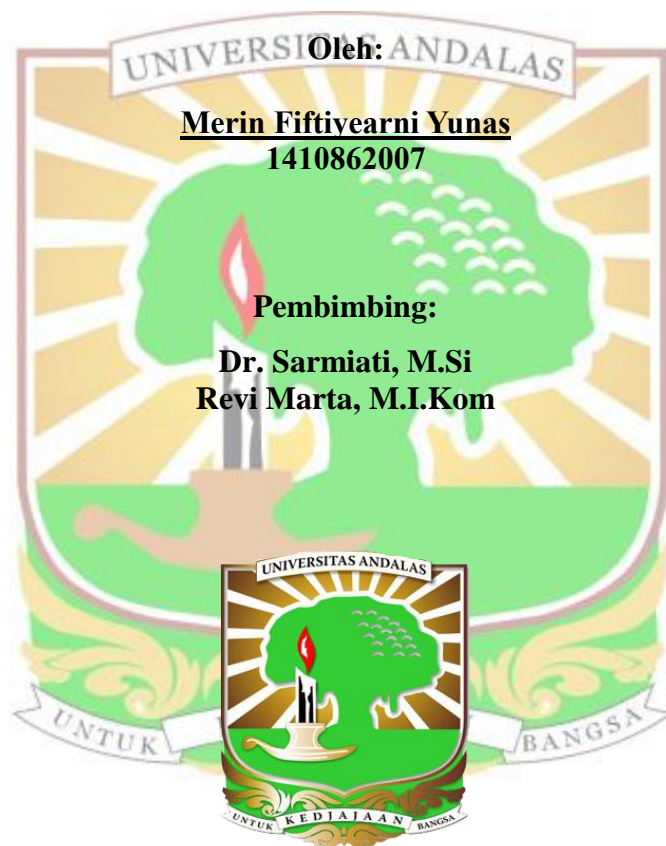


**WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DI KOTA PARIAMAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI KOTA PARIAMAN

Oleh:

**Merin Fiftiyearni Yunas
1410862007**

Pembimbing:

**Dr. Sarmiati, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Virtual tour merupakan salah satu perkembangan teknologi *virtual reality* yang mampu menjelajahi suatu tempat untuk mendapatkan informasi dan gambaran mengenai tempat tersebut dengan menggunakan perangkat komputer maupun *smartphone*. Promosi berbasis digital dengan konsep *virtual tour* di era *new media* dimanfaatkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman dalam mempromosikan destinasi dan daya tarik pariwisata melalui *website* sebagai media promosi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan *website* sebagai media promosi pariwisata di Kota Pariaman dan mengidentifikasi kendala dalam pemanfaatan *website* sebagai media promosi pariwisata Kota Pariaman. Penelitian ini menggunakan teori kekayaan media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma post-positivisme. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka temuan dari penelitian ini adalah pemanfaatan *website* *pariaman360.com* dilihat berdasarkan teori kekayaan media tergambar bahwa penggunaan konsep *website virtual tour* pada *website* *pariaman360.com* memberikan penyegaran terhadap mutu presentasi desain, dapat dilihat dari tampilan pada *website* yang seperti gambaran aslinya. Namun masih terdapat kekurangan dari variasi bahasa yang digunakan yakni hanya menggunakan Bahasa Inggris saja dan kurang interaktif sehingga pengunjung tidak bisa bertanya tentang informasi pariwisata yang ada. Selain itu, ditemukan kendala dalam pemanfaatan *website* *pariaman360.com* sebagai media promosi yakni kurangnya sumber daya manusia (SDM), birokrasi pada pemerintahan serta pengalokasian dana untuk penanganan *COVID-19*.

Kata Kunci : Disparbud Kota Pariaman, Media Promosi, Teori Kekayaan Media, Website

ABSTRACT

WEBSITE AS A PROMOTION MEDIA OF TOURISM IN PARIAMAN CITY

By:

**Merin Fiftiyearni Yunas
1410862007**

Supervisors:

**Dr. Sarmiati, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Virtual tour is one of the developments in virtual reality technology that is able to explore a place to get information and an overview of the place using a computer or smartphone. Digital-based promotions with the concept of virtual tours in the new media era are used by Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman in promoting tourism destinations and attractions through the website as a tourism promotion media. This study aims to describe the use of the website as tourism promotion media in Pariaman City and identify obstacles in using the website as a tourism promotion media in Pariaman City. This study uses the theory of media richness theory. This study used qualitative research methods. The paradigm used in this research is the post-positivism paradigm. Data was collected by means of non-participant observation, semi-structured interviews, and documentation. The data that has been collected was analyzed using the qualitative data analysis of Miles and Huberman's interactive model. Based on the research that has been done, results obtained from this study are the utilization of website pariaman360.com views based on the media richness theory, it is illustrated that the use of virtual tour website concept on the pariaman360.com website provides a refresher on the quality of the design presentation, it can be seen from the appearance on the website which looks like a real picture. However, there are still obstacles in the variety of languages used, which is just only used English language and less interactive so the viewers can't ask about existing tourism information. In addition, found obstacles in the use of website pariaman360.com as a promotional media, namely the lack of human resources, bureaucracy in government and allocating funds for handling COVID-19.

Keywords: Disparbud Kota Pariaman, Promotion Media, Media Richness Theory, Website