

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Bella Inanda Putri (20130530114)

STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KOTA TARAKAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNG WISATAWAN

Tahun Skripsi : 2018 + 127 Halaman

Daftar Kepustakaan : 25 Buku + 10 Jurnal + 21 Website

Dalam kegiatan kepariwisataan, promosi digunakan sebagai salah satu alat untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan, baik dalam memperkenalkan potensi objek wisata maupun event – event yang akan diselenggarakan. Kota Tarakan merupakan salah satu kota terbesar di Kalimantan Utara yang memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam. Mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata kuliner, wisata bahari maupun wisata buatan. Banyaknya objek wisata yang beragam dan kental akan budaya yang dimiliki oleh kota Tarakan, menjadikan pulau kecil ini cukup diminati oleh para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui serta mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Tarakan dalam upaya meningkatkan minat kunjung wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisa strategi promosi Dinas Pariwisata Kota Tarakan dalam upaya meningkatkan minat kunjung wisatawan. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah Kepala Seksi Promosi dan Analisis Pasar Dinas Pariwisata Kota Tarakan, Bagian Pengelola Data dan Informasi Promosi Dinas Pariwisata Kota Tarakan dan Pemandu Wisata Dinas Pariwisata Kota Tarakan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Tarakan perlu melakukan analisis pasar guna menentukan target wisatawan sesuai dan menggunakan alat promosi seperti periklanan, sosial media, dan publisitas dalam memperkenalkan objek wisata Kota tarakan untuk menjangkau target wisatawan. Kegiatan promosi melalui *personal selling* dan *sales promotion* dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Kota tarakan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, evaluasi, Dinas Pariwisata

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Majoring In Communication Science

Advertising Concentration

Bella Inanda Putri (20130530114)

**PROMOTION STRATEGY OF TOURISM DEPARTMENT OF
TARAKAN CITY IN EFFORT TO INCREASE THE INTEREST OF
TOURISM**

Thesis Year : 2018 + 127 Pages

Bibliography : 25 Books + 10 Journal + 21 Website

Activities in tourism, promotion is used as one of the tools to improve the interest of tourists, both in introducing potential tourism objects and events that will be held. Tarakan City is one of the biggest cities in North Borneo which has tourism potential which is quite diverse. Starting from natural tourism, historical tourism, cultural tourism, culinary tourism, marine tourism and artificial tourism. The number of diverse attractions and condensed culture which is owned by the city of Tarakan, make this small island quite attractive tourists, both local tourists and foreign tourist.

The purpose of the study was to find out and describe the promotion strategy carried out by the Tourism Departement Of Tarakan City in an effort to increase tourist interest. This study uses qualitative descriptive method by analyzing the promotion strategy of Tourism Departement Of Tarakan City in an effort to increase tourist visits. While the data collection techniques used are interviews and documentation. The informants in thi study were the Head of the Promotion and Market Analysis Section of Tarakan City Tourism Office, the Data and Information Management Section of Tarakan City Tourism Office and the Tourism Departement Of Tarakan City Tour Guide.

From the results of the study showed that the promotion strategy carried out by the Tourism Departement Of Tarakan City needs to conduct market analysis to determine the target of tourists accordingly and use promotion tools such as advertising, social media, and publicity in introducing Tarakan City attractions to reach tourist targets. Promotion activities through personal selling and sales promotion are carried out in an effort to increase tourist interest in the Tarakan City.

**Keywords : Promotion Strategy, Promotion Mix, Evaluation, Government
Tourism Office**