

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsestrasi Public Relations**

**Mutiara Mulyadi (20150530257)**

**Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Banten Untuk Menarik Minat Wisatawan (Studi Deskriptif Strategi Promosi Pada Destinasi Wisata *7 Wonders of Banten* Tahun 2018-2019)**

**Tahun Skripsi: 2019 + 103 Halaman + 14 Halaman Lampiran + 1 Tabel + 32 Gambar**

**Daftar Pustaka : 18 Buku + 10 Jurnal + 19 Internet + 2 Sumber Lain**

*7 Wonders of Banten* merupakan destinasi wisata unggulan yang dimiliki oleh Provinsi Banten yang sudah mencakup wisata religi, alam dan budaya. Strategi promosi digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten dengan menarik minat wisatawan untuk berkunjung pada destinasi *7 Wonders of Banten*. Pada tahun 2018 terdapat penurunan jumlah wisatawan, serta pada akhir Desember terjadi tsunami pada salah satu destinasi wisata unggulan *7 Wonders of Banten*. Adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten untuk menarik minat kunjungan wisatawan pada destinasi wisata *7 Wonders of Banten*. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara dan dokumentasi. Untuk lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Jl. Syech Nawawi, Palima, Kecamatan Serang, Sukajaya, Curug, Kota Serang, Banten 42171.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi Dinas Pariwisata Provinsi Banten untuk menarik minat kunjungan wisatawan pada tahun 2018 dengan menggunakan beberapa event baik yang rutin maupun *event* khusus diadakan untuk menarik minat wisatawan ke Tanjung Lesung pasca tsunami. Dalam proses perencanaan, Dinas Pariwisata Provinsi Banten tidak melakukan analisis dalam menentukan target sasarannya. Dalam penggunaan media sosial dan website, Dinas Pariwisata Provinsi Banten belum optimal.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi Pariwisata, Event Pariwisata, Minat.**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social Sciences and Political Sciences**

**Departement of Communication Studies**

**Public Relations Consentration**

**Mutiara Mulyadi (20150530257)**

**The Promotions Strategy of Banten Provincial Tourism Office to Attract Interest Tourist (Descriptive Study of Promotion Strategies in Destinations 7 Wonders Of Banten 2018-2019)**

**Thesis Year : 2019 + 103 Page + 14 Appendix Page + 1 Table + 32 Pictures**

**Bibliography : 18 Book + 10 Journal + 19 Internet + 2 Other Resources**

7 Wonders of Banten is a leading tourist destination owned by Banten Province which includes religious, natural and cultural tourism. The promotion strategies are used by Banten Provincial Tourism Office to attract tourists to visit the destinations of 7 Wonders of Banten. In 2018, there was a decrease in the number of tourists moreover at the end of December, a tsunami occurred in one of the leading tourist destinations of 7 of Wonders of Banten. The decrease of the number of tourist visits makes the researcher is interested in conducting research at the Banten Provincial Tourism Office.

The research method used in this research is a descriptive method by analyzing the promotion strategy carried out by the Banten Provincial Tourism Office to attract the tourist visits to 7 Wonders of Banten tourist destinations. The data collection techniques used were interviews and documentation. The research location in this study is Jl. Syech Nawawi, Palima, Serang District, Sukajaya, Curug, Serang City, Banten 42171.

The results of this study indicated that the Banten Provincial Office of Tourism's promotion strategy to attract tourist visits in 2018 by using some routine and events specially held in order to attract the interest of tourists to visit Tanjung Lesung after the tsunami. In the planning process, Banten Provincial Tourism Office did not conduct an analysis in determining its targets. Besids, in term of using social media and websites, the Banten Provincial Tourism Office has not been optimal.

**Key words : Promotion Strategy, Promotion Tourism, Tourism Event, Interest.**