

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising  
Antoni**

**Strategi Promosi Pariwisata Kota Bengkulu Dalam Menarik Minat  
Wisatawan, Studi Deskriptif Strategi Promosi Pariwisata Kota Bengkulu  
Dalam Menarik Minat Wisatawan  
Tahun Skripsi : 2008, ix + 107 hal  
Daftar Pustaka : 23 buku**

Industri pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat potensial dalam menambah jumlah pendapatan negara karena menjangkit wisatawan dari berbagai negara dan daerah. Kemajuan pengembangan pariwisata sebenarnya harus ditunjang oleh beberapa usaha yang perlu dikelola dengan baik dan secara terpadu. Melihat bahwa promosi merupakan salah satu usaha pertama yang perlu dikelola demi kemajuan pengembangan pariwisata dalam upaya menarik minat wisatawan, maka penulis melakukan penelitian ini. Penelitian ini berjudul Strategi Promosi Pariwisata Kota Bengkulu Dalam Menarik Minat Wisatawan yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Bengkulu Dalam Menarik Minat Wisatawan. Obyek dari penelitian ini adalah Kantor Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat. Teknik analisis data dengan pengumpulan data adalah data penelitian yang diperoleh dengan melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Dan dari data yang didapat menghasilkan suatu implementasi strategi promosi pariwisata Kota Bengkulu terdiri dari 1 (satu) advertising yaitu media cetak (surat kabar), media elektronik (radio) dan iklan di media luar ruang (spanduk dan billboard), 2 (dua) sales suport yaitu x-banner, brosur, baliho, leaflets, guide book, vcd, internet, 3 (tiga) public relations. Dari implementasi strategi promosi diatas maka diambil suatu kesimpulan bahwa Kantor Dinas Pariwisata, Informasi dan Komunikasi Kota Bengkulu melakukan suatu kegiatan dan strategi promosi dalam menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata yang ada di Kota Bengkulu dengan menggunakan dan menerapkan bauran promosi (promotion mix) yang terdiri dari : periklanan (advertising), promosi penjualan (sales suport), dan hubungan masyarakat (public relations).

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Social Science and Policies Faculty  
Communication Science Department  
Concentration Advertising**

**Antoni**

**City Tourism Promotion Strategy Bengkulu in Interesting Tourist Interest,  
City Tourism Promotion Strategy Descriptive Study Bengkulu in Interesting  
Tourist Interest**

**Year thesis: 2008 ix + 107 matters**

**Bibliography: 23 books**

Tourism industrial is one of the country resource of stock-exchange very potential income total increase inner potential because fish tourist from various country and region. Tourism development progress actually must be subsidized by several efforts necessary be managed well and inwroughtly. See that promotion is one of the first effort necessary is managed by tourism development progress in the effort interesting tourist interest, so author does this watchfulness. This watchfulness is have a title city tourism promotion strategy Bengkulu in interesting tourist interest that aim to detect promotion strategy that done city tourism official Bengkulu in interesting tourist interest. Object from this watchfulness tourism official office, information and city communication Bengkulu. Watchfulness method that used descriptive study that aims to describe systematically fact or certain population characteristics factually and accurate. Data analysis technique with data collecting watchfulness data that got through interview technique and documentation. And from data that got to produce a city tourism promotion strategy implementation Bengkulu consist of 1 (one) advertising that is media prints (newspaper), electronic media (radio) and promotion at media outside space (banner and billboard), 2 (two) sales support that is x-banner, brochure, billboard, leaflets, guide book, vcd, internet, 3 (three) public relations. From promotion strategy implementation on so taken a conclusion that tourism official office, information and city communication Bengkulu do a activity and promotion strategy in make interest tourist to pay a visit to tour object exist in city Bengkulu by using and