

ABSTRAKS

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Mirza Rinaldi

20090530010

**Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Singkawang Periode
2010 – 2015 Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan**

Tahun Skripsi : 2015 + Halaman 119 + 5 Tabel + 33 Gambar

Daftar Pustaka : 20 Buku + 2 Arsip + 5 Internet

Penelitian ini merupakan penelitian untuk mendeskripsikan tentang strategi promosi yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Singkawang periode 2010 – 2015 untuk meningkatkan jumlah kunjungan Wisatawan. Objek penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Singkawang.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data tersebut akan disajikan kemudian dianalisis dalam bentuk uraian yang disusun secara sistematis. Tujuan penelitian ini secara umum bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang telah dijalankan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Singkawang selama ini, serta mengetahui apa yang menjadi kendala Dinas Pariwisata Kota Singkawang dalam mempromosikan Wisata yang ada di Kota Singkawang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Singkawang dalam mempromosikan potensi Pariwisata daerahnya masih belum maksimal, dan cenderung masih terdapat banyaknya kekurangan didalamnya. Hal tersebut dapat terlihat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan yang masih banyak terdapat kekurangan sehingga menyebabkan hasilnya tidak maksimal. Penelitian ini juga memberikan beberapa saran atas kekurangan – kekurangan tersebut.

Kata Kunci : Kota Singkawang, Strategi Promosi, Pariwisata

ABSTRACT

Muhammadiyah of Yogyakarta University

Social and Political Science Faculty

Department of Science Communication

Concentration Advertising

Mirza Rinaldi

20090530010

Strategy Promotion Department Of Tourism And Culture Singkawang City

Period 2010 - 2015 Visit To Increase The Number Of Tourists

The Thesis : 2015 + 119 Page + 5 Table + 33 Picture

Page Bibliography : 20 Book + 2 Archives + 5 Internet

This study is to describe the promotional strategy that has been run by the Department of Tourism and Culture Singkawang the period 2010 - 2015 to increase the number of visits Travelers. The object of this study is the Department of Tourism and Culture Singkawang.

In this research method used is descriptive qualitative, where the data obtained through observation, interviews and Documentation. From these data will be presented and analyzed in the form of descriptions systematically arranged. The purpose of this study aims to describe the general promotion strategy that has run the Department of Tourism and Culture Singkawang for this, and to know what the problem Singkawang Tourism Department in promoting Tourism in Singkawang.

These results indicate that the strategy of the campaign carried out by the Department of Tourism and Culture Singkawang in promoting the region's Tourism potential is not maximized, and tend to still contained many flaws in it. This can be seen in the planning and implementation that still many shortcomings that cause results are not optimal. This study also provides some advice on the shortcomings - the lack of it.

Key Words : Singkawang City, Strategy Promotion, Tourism