

ABSTRAK

Skripsi ini akan menganalisis bagaimana komunikasi pariwisata destinasi wisata pantai Motadikin dan pantai Abudenok yang terjadi di era new normal untuk meningkatkan tingkat aktivitas pengunjung, dimana pada era ini masyarakat masih dibayangi dengan ketakutan atas pandemic virus COVID-19 untuk berwisata. Oleh karna itu penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka dan pengelola wisata selaku pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Malaka, khususnya destinasi wisata pantai Motadikin dan pantai Abudenok dalam meningkatkan tingkat aktivitas pengunjung di era normal baru.

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan studi deskriptif kualitatif dengan metode komunikasi pariwisata, dikarenakan komunikasi pariwisata terdapat beberapa kajian yang dapat mengembangkan destinasi pariwisata, sehingga dapat kembali meningkatkan tingkat aktivitas pengunjung di era new normal. Teknik pengumpulan data yang diperoleh terdiri dari melalui berbagai cara, seperti observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap narasumber yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini Dinas Pariwisata Kabupaten Malaka dan pengelola wisata melakukan promosi komunikasi pariwisata kembali dalam meningkatkan kembali tingkat aktivitas pengunjung melalui social media dan media cetak koran, surat edaran kepada Camat dan Desa bahwa destinasi wisata pantai Motadikin dan pantai Abudenok sudah dibuka kembali, tetapi dengan protokol kesehatan yang ketat, sehingga destinasi wisata yang sudah dibuka kembali aman dari penyebaran virus COVID-19, dan dapat mengembalikan minat masyarakat untuk berwisata.

Kata Kunci : Komunikasi Pariwisata, Destinasi wisata pantai Motadikin dan Abudenok, Era Normal Baru.

ABSTRACTION

This thesis will analyze how the communication of tourism destinations on Motadikin beach and Abudenok beach that occurs in the new normal era to increase the level of visitor activity, where in this era people are still overshadowed by the fear of the COVID-19 virus pandemic to travel. Therefore, this study aims to see and find out how the Malacca Regency Tourism Office and tourism managers as the party responsible for the management of tourist destinations in Malacca Regency, especially Motadikin beach and Abudenok beach tourist destinations in increasing the level of visitor activity in the new normal era.

This research was carried out with a qualitative descriptive study approach with tourism communication methods, due to tourism communication there are several studies that can develop tourism destinations, so that they can again increase the level of visitor activity in the new normal era. The data collection techniques obtained consisted of various ways, such as field observations and in-depth interviews with the informants who were the respondents in this study.

The results of this study were the Malacca Regency Tourism Office and tourism managers promoted tourism communication again in increasing the level of visitor activity through social media and newspaper print media, circulars to the Camat and Village that the tourist destinations of Motadikin beach and Abudenok beach had been reopened, but with protocols strict health measures, so that tourist destinations that have been reopened are safe from the spread of the COVID-19 virus, and can restore public interest in traveling.

Keywords: Tourism Communication, Motadikin and Abudenok beach tourism destinations, New Normal Era.