

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal Dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Tegal

Izza Zulfana Faqih

Nim : 190710147

Pada era globalisasi pada saat ini, industri pariwisata menjadi salah satu industri yang sangat berpengaruh perannya dalam pertumbuhan perekonomian daerah maupun negara. Melihat dari kenyataan tersebut maka perkembangan pariwisata perlu direncanakan dan dipromosikan dengan baik agar mampu mencapai hasil memuaskan secara ekonomi dan sosial. Fenomena strategi komunikasi promosi pariwisata menjadi trend untuk saat ini khususnya dalam pemanfaatan perkembangan teknologi digital dan informasi dalam mencapai keberhasilan tujuan mereka, new media menciptakan revolusi bagi industri pariwisata, dengan kegiatan promosi melalui media online dan media sosial. Karena dengan menggunakan media sosial dan online dinilai lebih efektif karena menghemat biaya, dapat diukur, jangkauan pasar dan audiens lebih luas, membantu dalam proses branding, dan komunikasi yang cepat. Semua daerah dituntut untuk dapat membuat Strategi Komunikasi dalam mempromosikan pariwisata dengan mengikuti perkembangan zaman. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal dalam mempromosikan objek wisata Kabupaten Tegal. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan Metode analisis deskriptif kualitatif, yang dimana peneliti akan menganalisa, menggambarkan dan meringkas data yang didapat dari data primer dan data sekunder yang kemudian akan dianalisis, sehingga penulis dapat menjelaskan dan menggambarkan hasil dari penelitian yang akan dilakukan dalam bentuk informasi yang bisa menjelaskan hasil penelitian. Hasil penelitian Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal adalah : (1) peyusunan citra destinasi. (2) segmen pasar dan audiens. (3) penggunaan media sosial dan platform digital. (4) penggunaan video dan multimedia. (5) Kerjasama dengan stakeholder dan media. (6) promosi melalui event dan festival. (7) penggunaan virtual reality.

Kata Kunci: pariwisata, promosi objek, strategi komunikasi, virtual tour

ABSTRACT

Tegal Regency Youth, Sports and Tourism Office Communication Strategy in Promoting Tegal Regency Tourist Attractions

Izza Zulfana Faqih

Nim : 190710147

In the current era of globalization, the tourism industry has become one of the industries that has a very influential role in the economic growth of regions and countries. Seeing this reality, tourism development needs to be planned and promoted well in order to achieve satisfactory results economically and socially. The phenomenon of tourism promotion communication strategies has become a trend at the moment, especially in the use of developments in digital and information technology in achieving the success of their goals. New media is creating a revolution for the tourism industry, with promotional activities through online media and social media. Because using social and online media is considered more effective because it saves costs, can be measured, reaches a wider market and audience, helps in the branding process, and provides fast communication. All regions are required to be able to create a Communication Strategy to promote tourism by keeping up with current developments. The aim of this research is to find out the Tegal Regency Youth, Sports and Tourism Department's Communication Strategy in promoting Tegal Regency tourist attractions. The research method uses qualitative descriptive analysis. Data collection techniques using interview, observation and documentation methods. The data analysis technique uses a qualitative descriptive analysis method, where the researcher will analyze, describe and summarize the data obtained from primary data and secondary data which will then be analyzed, so that the author can explain and describe the results of the research that will be carried out in the form of information that can explain research result. The results of research on the Tegal Regency Youth, Sports and Tourism Department's Communication Strategy are: (1) developing a destination image. (2) market and audience segments. (3) use of social media and digital platforms. (4) use of video and multimedia. (5) Collaboration with stakeholders and the media. (6) promotion through events and festivals. (7) use of virtual reality.

Keywords: *tourist, promotion of objects, communication strategy, virtual tour*