

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Konsentrasi Advertising

Ikhwannul Kiram

Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin Dalam Memperkenalkan Wisata Pasar Terapung Siring Tendea Tahun 2015

Tahun Skripsi : 2016+132 halaman

Daftar Pustaka: 42 Buku+10 Sumber online+4 sumber lain

Dalam kegiatan kepariwisataan, promosi digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan obyek wisata, baik dari potensinya dan produk yang dihasilkan. Kota Banjarmasin merupakan kota yang memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan dan diperkenalkan kepada masyarakat luas, khususnya pada obyek wisata Pasar Terapung Siring Tendea. Pasar Terapung Siring Tendea termasuk obyek wisata yang baru di Kota Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata Pasar Terapung Siring Tendea pada tahun 2015.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengamati dan menganalisa strategi promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata Pasar Terapung Siring Tendea pada tahun 2015. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: wawancara dan dokumentasi. *Key informan* pada penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin beserta Kepala Seksi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata Pasar Terapung Siring Tendea tahun 2015 adalah menggunakan serangkaian langkah perencanaan aktivitas promosi yang meliputi: (1) penetapan tujuan promosi (2) merancang pesan dan memilih saluran komunikasi (3) menentukan bauran promosi (4) menentukan jumlah anggaran, dan (5) aksi. Sedangkan media promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata Pasar Terapung Siring Tendea adalah media iklan mencakup iklan *above the line* (surat kabar, radio, dan *website*), iklan *below the line* (*leaflet*, brosur, baliho, dan VCD), *public relations*, *exhibitions*, *personal selling*, penyuluhan sadar wisata. Berdasar pada elemen yang digunakan, kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin merupakan aktivitas promosi yang saling berkaitan. Namun masih ada terdapat beberapa hal yang masih perlu dibenahi dan ditingkatkan agar hasil promosi menjadi lebih maksimal.

Kata kunci: Aktivitas promosi, perencanaan promosi, promosi wisata

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

faculty of Social and Politic

Advertising Concretation

IkhwannulKiram

The promotional strategy of Department of Tourism and Culture in Banjarmasin in introduces Siring Tendean Floating Market in 2015

Thesis year : 2016+132 pages

Bibliography : 42 books+10 online sources+4 other sources

In tourism activities, promotion used as a tool to introduce tourism, both of the potential and finish product. Banjarmasin is a city that has tourism potential that can be developed and introduced to the public, especially Siring Tendean Floating Market. Siring Tendean Floating Market is one of the new travel object in Banjarmasin. This study aims to determine promotion strategy of Culture and Tourism Department of Banjarmasin in introducing Siring Tendean Floating Market in 2015.

In this study used descriptive qualitative method by observing and analyzing the promotional strategy of the Department of Tourism and Culture in Banjarmasin in introducing Siring Tendean Floating Market in 2015.

The results showed that the promotional activities of the Department of Tourism and Culture in Banjarmasin in introducing Siring Tendean Floating Market in 2015 is using a series of promotional activities planning steps include: (1) identification of the target audience (2) set promotion goals (3) designing the message and choose the communication channel (4) determine the promotional mix (5) determine the amount of the budget, and (6) evaluation. While the media promotion that used by the Department of Tourism and Culture in Banjarmasin in introducing the Siring Tendean Floating Market are media advertise, including above the line advertise (newspapers, radio, television, and website), below the line advertise (leaflets, brochures, billboards, and VCD), public relations, exhibitions, personal selling and tourism awareness education. Based on the used elements, promotional activities Culture and Tourism Department of Banjarmasin is promotional activities that are related each others. But there are still some things that need to be fixed and improved in order to maximize the results of the promotion.

Keywords: promotional activities, planning, tourism promotion