

KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN PARIWISATA DI KABUPATEN BARITO KUALA

Noerifky Haitami, M. Agus Humaidi, Risa Dwi Ayuni

¹Ilmu Komunikasi, 63201, FISIP, Uniska MAB, 17110003

²Ilmu Komunikasi, 63201, FISIP, Uniska MAB, 1108088901

³Ilmu Komunikasi, 63201, FISIP, Uniska MAB, 1122129001

ABSTRAK

Noerifky Haitami, NPM. 17.11.0003, *Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Masyarakat Dalam Membangun Pariwisata Di Kabupaten Barito Kuala* di bimbingan Bapak M. Agus Humaidi sebagai Pembimbing Utama dan Ibu Risa Dwi Ayuni sebagai Co Pembimbing.

Adapun tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui dan juga menganalisa strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Masyarakat dalam membangun pariwisata di Kabupaten Barito Kuala

Metode yang digunakan adalah deskriptif. Dalam penelitian ini, penulis mencoba menggabungkan antara jenis penelitian yang bersifat penelitian lapangan (*field research*) dan studi kepustakaan (*library research*). Metode Deskriptif, Metode deskriptif merupakan salah satu dari jenis jenis metode penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan Strategi menentukan khalayak yang dilakukan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Barito Kuala dalam menarik minat pengunjung objek wisata adalah dengan cara membagi dua komunikasi atau khalayak, yaitu khalayak primer dan khalayak sekunder. Khalayak primer adalah generasi muda yang dilibatkan dalam kegiatan, dan khalayak sekunder adalah masyarakat umum. Strategi pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Barito Kuala dalam menarik minat pengunjung objek wisata adalah dengan melakukan penekanan inti pesan, dan pengorganisasian pesan. Inti pesan yang ditekankan adalah tentang perubahan yang terjadi. Sedangkan pengorganisasian pesan dilakukan dengan cara pengelompokan pesan terkait keunikan dan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah. Strategi media yang digunakan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Barito Kuala dalam menarik minat pengunjung objek wisata adalah dengan menggunakan media cetak: koran, brosur dan spanduk, media elektronik: radio dan televisi, media internet: facebook dan instagram.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Pariwisata*

ABSTRACT

Noerifky Haitami, NPM. 17.11.0003, *Communication between the Tourism Office and the Community in Developing Tourism in Barito Kuala Regency*, guided by Mr. M. Agus Humaidi as Main Supervisor and Mrs. Risa Dwi Ayuni as Co-Supervisor.

The aim of this research is to find out and also analyze the communication strategies of the Tourism Office and the Community in developing tourism in Barito Kuala Regency

The method used is descriptive. In this research, the author tries to combine the types of research that are field research (field research) and library research (library research). Descriptive Method, Descriptive method is one type of research method.

The results of the research show that the strategy for determining the audience used by the Department of Tourism, Youth and Sports and Culture of Barito Kuala Regency in attracting visitors to tourist attractions is by dividing the communicants or audiences into two, namely primary audiences and secondary audiences. The primary audience is the younger generation involved in activities, and the secondary audience is the general public. The message strategy conveyed by the Department of Tourism, Youth and Sports and Culture of Barito Kuala Regency in attracting the interest of visitors to tourist attractions is by emphasizing the core message and organizing the message. The core message emphasized is about the changes that have occurred. Meanwhile, organizing messages is done by grouping messages related to the uniqueness and facilities provided by the government. The media strategy used by the Department of Tourism, Youth and Sports and Culture of Barito Kuala Regency to attract visitors to tourist attractions is to use print media: newspapers, brochures and banners, electronic media: radio and television, internet media: Facebook and Instagram.

Keywords: Communication Strategy, Tourism

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, E. (2017) *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung, Refika Aditama.
- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2019) *Teori Komunikasi*. Jakarta, Salemba Humanika.
- Lubis, E.E. (2015) Hambatan-Hambatan Komunikasi Kepemimpinan Regional di Pemerintahan. *Jurnal Komunikasi*. 1 (1).
- Moeleong, L.J. (2019) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- A.B. Susanto & Hilmawan Wijarnoko. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan Publika, 2014.
- J Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja, 2014.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, jilid.2, ed.VIII, 2016.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. 13 ed. Vol. 1. Jakarta: Erlangga, 2018.