

ABSTRAK

WARDIMAN RAHMAN, 14321134, Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kampung Wae Rebo oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai NTT. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam mempromosikan objek pariwisata Kampung Waerebo. Selain itu juga untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat promosi pariwisata serta cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak luas tentang strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam melakukan pengambilan dan pengumpulan data peneliti melakukan wawancara, dokumentasi dan analisis data observasi saat berada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dan data-data tambahan berupa dokumentasi dari Dinas Pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Kabupaten Manggarai mengacu kepada Komunikasi Pemasaran. Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan mengarah kepada elemen-elemen yang ada dalam *promotion mix*. Peneliti menemukan faktor pendukung berupa Rumah *Mbaru Niang* sebagai daya tarik utama yang unik dalam promosi pariwisata Kampung Waerebo dan faktor penghambat seperti belum berjalannya elemen promosi dari *direct marketing*. Hal yang perlu diperhatikan oleh Dinas Pariwisata yang terkait dengan hal kegiatan pemasaran pariwisata seperti menerapkan *direct marketing* guna mengembangkan usaha promosi pariwisata yang ada di Kampung Waerebo. Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata adalah satu dari sekian banyak hal yang menjadi kewajiban Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai.

ABSTRACT

WARDIMAN RAHMAN, 14321134, *Tourism Marketing Communication Strategy of Wae Rebo Village by the Department of Culture and Tourism of Manggarai Regency, NTT. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University.*

This research describes the marketing communication strategy carried out by the Culture and Tourism Office of Manggarai Regency in promoting the tourism object of Waerebo Village. In addition, it is also to find out the supporting factors and inhibiting factors of tourism promotion as well as the way of the Culture and Tourism Office of Manggarai Regency in overcoming these obstacles. This study aims to provide information to a wide audience about the communication strategy of the Department of Culture and Tourism of Manggarai Regency.

The method used in this research is descriptive qualitative. In collecting data and collecting researchers conducted interviews, documentation and analysis of observational data while in the Culture and Tourism Office of Manggarai Regency and additional data in the form of documentation from the Tourism Office.

The results showed that the tourism communication strategy carried out by the Culture and Manggarai District Office refers to Marketing Communication. Tourism communication strategy that is carried out leads to the elements that exist in the promotion mix. Researchers found supporting factors in the form of Mbaru Niang House as a unique main attraction in the promotion of tourism in Waerebo Village and inhibiting factors such as not yet running the promotional elements of direct marketing. Things that need to be considered by the Tourism Office related to tourism marketing activities such as implementing direct marketing to develop tourism promotion businesses in Waerebo Village. The development of tourism facilities and infrastructure is one of many things that is the duty of the Culture and Tourism Office of Manggarai Regency.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Manggarai Regency Culture and Tourism Office