**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Lampung Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pantai Teluk Kiluan Provinsi Lampung” peran Dinas Pariwisata melalui Humas harus bisa mempublisitaskan produk (wisata) yang dikelolanya, sehingga dapat menarik minat calon pengunjung untuk mengunjunginya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan. Untuk mengetahu hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi Pantai teluk Kiluan. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dalam meningkatkan minat pengunjung di Pantai Teluk Kiluan Provinsi Lampung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat atau ukuran sebaran. Tujuan dari penulisan deskriptif adalah mengembangkan masalah-masalah dari suatu fenomena yang dihubungkan dengan teori untuk memecahkan masalah secara rasional.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan, dengan cara menyebarkan angket, wawancara dan observasi non partisipan. Setelah itu dari hasil angket, wawancara dan observasi non partisipan peneliti mengembangkan kedalam tabel dan dianalisis.

Hal-hal yang ingin peneliti sarankan adalah Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dapat lebih inovatif, kreatif dan komunikatif dalam berpromosi. Pemilihan media juga perlu lebih diperhatikan guna optimalnya pesan yang ingin disampaikan. Sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang promosi harus ditambah guna maksimalnya upaya promosi yang dilakukan.

***ABSTRACT***

This study entitled "Strategy for Promotion of Tourism Office of Lampung Province to Increase Interests in Gulf Coast Visitor Kiluan Lampung Province" the role of the Department of Tourism through the PR should be publicly perform product (travel) under its belt, so as to attract potential visitors to visit.

The purpose of this study was to determine the strategy of the campaign carried. Determines any obstacles encountered in the implementation of the Gulf Coast Kiluan sale. To find out what is being done in the Tourism Office of Lampung Province boost visitor interest in Gulf Coast Kiluan Lampung Province.

The method used in this research is the method deskriptif.penelitian not seek or explain the relationship, not test hypotheses or make predictions. Characteristics of the data obtained by the measures of central tendency or size distribution. The purpose of descriptive writing is to develop problems from a phenomenon associated with the theory to solve problems rationally.

Based on the results of the study, researchers conducted a study directly to the field, by distributing questionnaires, interviews and non-participant observation. After the results of questionnaires, interviews and non-participant observation researchers developed into the table and analyzed.

Things i want researchers suggest is the Tourism Office of Lampung Province can be more innovative, creative and communicative in the Promotion. Selection of media also need to be considered in order to optimally message to be conveyed. Competent human resources in the field of promotion shall be increased to the maximum promotional efforts undertaken.

**RINGKESAN**

Ulikan ieu dijudulan "Strategi pikeun Promosi Pariwisata Kantor Provinsi Lampung ka Ngaronjatkeun kapentingan di Pantai Teluk Kiluan Provinsi Lampung" peran Dinas Pariwisata ngaliwatan PR kudu masarakat awam ngalakukeun produk (travel) dina beubeur anak, ku kituna pikeun narik datang potensi pikeun nganjang.

Tujuan pangajaran ieu pikeun nangtukeun strategi nu kampanye dibawa. Nangtukeun mana wae halangan dina palaksanaan. Pikeun manggihan naon anu keur dipigawé di Dinas Pariwisata Kantor Lampung menarik dorongan nganjang di Pantai Teluk Kiluan Lampung.

Metodeu dipaké dina ieu panalungtikan nya éta métode teu deskriptif.penelitian neangan atawa ngajelaskeun hubungan, teu nguji hipotesis atawa nyieun prediksi. Karakteristik data ditangtukeun ku ukuran central tendency atawa sebaran ukuran. Maksud tulisan deskriptif pikeun ngamekarkeun masalah ti fenomena patali jeung tiori pikeun ngajawab masalah rasional.

Dumasar hasil studi, panalungtik dipigawé ulikan hiji langsung ka lapangan, ku dikabaran questionnaires, wawancara jeung observasi non-pamilon. Sanggeus hasil questionnaires, wawancara jeung panalungtik observasi non-pamilon dimekarkeun jadi tabel jeung dianalisis.

Hal i hayang panalungtik nyarankeun nyaéta Kantor Pariwisata Propinsi Lampung bisa leuwih inovatif, kreatif jeung komunikatif dina Promosi teh. Pamilihan media oge kudu dianggap guna optimal talatah bisa conveyed. sumber kompeten manusa dina widang promosi bakal ngaronjat ka usaha promosi maksimal.

**KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi Penelitian ini, dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA PROVINSI LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI PANTAI TELUK KILUAN PROVINSI LAMPUNG”.** Adapun penyusunan skripsi ini sebagai syarat dalam menempuh ujian sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Pasundan, Bandung.

Penulis sadar sepenuhnya akan keterbatasan dari penulis baik itu dalam hal pengetahuan, pengalaman, maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembacanya dan berharap kritik dan saran yang bersifat positif dari berbagai pihak sebagai masukan untuk waktu yang akan datang, dimana penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Bandung, januari 2017

Penulis

Gilang Rizky Ramadhan

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DATA PRIBADI :**

Nama : Gilang Rizky Ramadhan

Tempat, Tanggal Laahir : Bandar Lampung, 07 Maret 1994

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Alamat Bandung : Jl. Cikutra Gg. Sukasari II no.16 RT.II/RW.IV

No Hp : 08980091577

Email : [gilangrr7@gmail.com](mailto:gilangrr7@gmail.com)

**PENDIDIKAN :**

2000 - 2006 : SD KARTIKA JAYA II-5 Bandar Lampung

2006 - 2009 : SMP Negri 3, Bandar Lampung

2009 - 2012 : SMA YP UNILA, Bandar Lampung

2012 - 2014 : Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung

2014 – 2017 : Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Pasundan, Bandung

**Pengalaman Organisasi**

2009 – 2010 : ROHIS SMA YP Unila

2012 – 2014 : Futsal Universitas Bandar Lampung

**UCAPAN TRIMAKASIH**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi Lampung Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pantai Teluk Kiluan Provinsi Lampung”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkat, rahmat, dan hidayah-Nya. Terima kasih atas petunjuk dan kemudahan yang Engkau berikan selama menjalani masa – masa berat selama hidupku. Terima kasih Engkau tak pernah meninggalkanku dalam kondisi apapun.
2. Ibu Hj.Yulia Segarwati, Dra., M.Si Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, untuk segala keramahan, kesabaran serta keiklasannya mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.
3. Ibu Yanti Susila T. S.Ag., Msi. Selaku Seketaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, untuk segala kesabaran, keramahan serta membantu mahasiswa selama ini.
4. Bapak Dr. Sutrisno, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat . Terima kasih atas kebaikan dan keramahannya.
5. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Pasundan, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
6. Bapak dan ibuku yang selalu menyelipkan namaku disetiap doanya. Terima kasih atas seluruh kasih sayang yang kalian berikan kepadaku. Aku berjanji akan menjadi anak yang berbakti dan selalu ingat akan nasihat-nasihat yang kalian berikan. Bapaku tersayang , kau adalah kepala keluarga yang terbaik yang pernah aku temui, terima kasih untuk semua yang kau lakukan untuk keluarga kita. Untuk ibuku tersayang, ketahuilah aku mencintaimu dengan sepenuh hatiku . kebahagianmu adalah kebahagianku.
7. Kakak-kakak Cindy Cintya dan Chandra Saputra dan adiku Regita Cahya Rizqika yang selalu ada menyemangatiku.
8. Untuk Jeisni Lasesa yang selalu ada dalam setiap proses pembuatan skripsi ini serta menjadi penyemangat dalam pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2012, 2013, dan 2014 terima kasih banyak atas bantuannya selama ini, terima kasih untuk momen kebersamaannya yang tidak mungkin bisa di lupakan. Smoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses di dunia dan Akhirat. Amin. Spesial untuk Dita Putriana terima kasih untuk semua bantuannya

Semua bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, mungkin tidak dapat penulis balas secara langsung. Semoga Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan.

Bandung 11 januari 2017

Penulis,

Gilang Rizky Ramadhan

**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK .................................................................................................. i**

***ABSTRACT* ................................................................................................. ii**

**KATA PENGANTAR ................................................................................ iv**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ................................................................... v**

**UCAPAN TERIMA KASIH ..................................................................... vi**

**DAFTAR ISI .............................................................................................. ix**

**DAFTAR TABEL ...................................................................................... xiii**

**DAFTAR LAMPIRAN ............................................................................. xvi**

**BAB I PENDAHULUAN .......................................................................... 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ................................................... 1

1.2 Identifikasi Masalah ............................................................ 6

1.3 Tujuan Penelitian ................................................................ 6

1.4 Kegunaan Penelitian ............................................................ 7

1.4.1 Kegunaan Teoritis....................................................... 7

1.4.2 Kegunaan Praktis........................................................ 7

1.5 Kerangka Pemikiran ............................................................ 8

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA ............................................................... 13**

2.1 Komunikasi ......................................................................... 13

2.1.1 Pengertian Komunikasi............................................ 13

2.1.2 Komponen Komunikasi........................................... 14

2.1.3 Komunikasi Persuasif ............................................. 16

2.1.4 Strategi Komunikasi Persuasif ................................ 18

2.2 Public Relation (PR) ........................................................... 22

2.2.1 Pengertian Public Relations..................................... 22

2.2.2 Tujuan Public Relations .......................................... 23

2.2.3 Proses Public Relations............................................ 26

2.2.4 Fungsi Public Relations ........................................... 28

2.2.5 Peran Public Relations ............................................. 30

2.3 Promosi ................................................................................ 33

2.3.1 Pengertian Promosi .................................................. 33

2.3.2 Tujuan Promosi......................................................... 34

2.3.3 Bauran Promosi ....................................................... 35

2.3.4 Strategi Promosi ....................................................... 36

2.4 Tinjauan Tentang Minat........................................................ 42

2.4.1 Jenis-Jenis Minat........................................................ 43

2.4.2 Proses Pembentukan Minat........................................ 44

2.5 Teori Integrasi Informasi...................................................... 46

2.6 Hubungan Antara Teori Integrasi Informasi Dengan Strategi Promosi............................................................................................. 47

**BAB III METODELOGI DAN OBJEK PENELITIAN......................... 49**

3.1 Metode Penelitian ................................................................ 49

3.1.1 Jenis Penelitian........................................................ 49

3.1.2 Populasi dan Sampel................................................. 50

3.1.3 Operasional Variabel ................................................ 52

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data ....................................... 53

3.1.5 Teknik Analisis Data ................................................ 54

3.1.6 Lokasi dan Lama Penelitian ..................................... 56

3.2 Objek Penelitian ................................................................... 57

3.2.1 Sejarah Singkat Provinsi Lampung........................... 56

3.2.2 Logo Dinas Pariwisata Provinsi Lampung................ 61

3.2.3 Struktur Organisasi ................................................... 62

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .......................... 64**

4.1 Gambaran Umum Responden................................................ 64

4.2 Advertising............................................................................ 67

4.2.1 Promosi Ide............................................................... 67

4.2.2 Promosi Jasa-Jasa ..................................................... 70

4.3 Personal Selling .................................................................... 72

4.3.1 Presentasi Secara Lisan............................................. 72

4.3.2 Menjual Produk Jasa................................................. 74

4.4 Sales Promotion ................................................................... 76

4.4.1 Aktivitas-aktivitas Pemasaran................................... 76

4.5 Perhatian ............................................................................... 80

4.5.1 Adanya Pengetahuan Pengunjung ............................ 80

4.5.2 Adanya Keyakinan Wisatawan Terhadap Produk .... 82

4.6 Keinginan .............................................................................. 85

4.6.1 Adanya Rasa Ingin Tahu ........................................... 85

4.6.2 Adanya Rasa Tertarik Kepada Produk ...................... 87

4.7 Kesan Bermanfaat ................................................................. 89

4.7.1 Adanya Pertimbangan Mengenai Produk ................. 89

4.7.2 Timbulnya Kesetiaan Pengunjung ........................... 91

4.8 Kaitan Teori Integrasi Informasi dengan Hasil Penelitian

Strategi Promosi .............................................................................. 93

4.9 Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Dalam Manajemen

Strategi Promosi ............................................................................... 95

4.10 Usaha Yang Dilakukan Untuk Mengatasi

Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi Dalam Strategi Promosi ...... 96

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..................................................... 98**

5.1 Kesimpulan .......................................................................... 98

5.2 Saran .................................................................................... 99

**DAFTAR PUSTAKA ................................................................................**

**LAMPIRAN .................................................................................................**

**DAFTAR GAMBAR**

**No Halaman**

**1.1** Gambar Bagan Kerangka Pemikiran................................................ 12

**2.1** Gambar Tahapan-Tahapan Public Relations.................................... 27

**3.2** Gambar Logo Dinas Pariwisata Provinsi Lampung.......................... 60

**DAFTAR TABEL**

**No Halaman**

**3.1** Tabel Oprasional Variabel.......................................................... 52

**4.1** Tabel Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ................. 64

**4.2** Tabel Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....... 65

**4.3** TabelProfil Responden Berdasarkan Usia ................................. 65

**4.4** Tabel Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan ......................... 66

**4.5** Tabel Profil Responden Berdasarkan Agama ............................. 66

**4.6** Tabel Profil Responden Berdasarkan Penghasilan...................... 67

**4.7** Tabel Promosi Dalam Brosur dan Buku Menarik Perhatian....... 67

**4.8** Tabel Ide-ide Promosi Dalam Brosur dan Buku Mempengaruhi Keinginan Mengunjungi Pantai ............................................................... 69

**4.9** Tabel Jasa yang Diberikan Bermanfaat ...................................... 70

**4.10** Tabel Promosi yang Dilakukan Cukup Melalui Brosur Dan Buku ............................................................................ 71

**4.11** TabelPresentasi Lisan yang Dilakukan Berhasil Menarik

Perhatian .............................................................................. 72

**4.12** Tabel Kegiatan Presentasi Lisan dinilai Sudah Efektif ............... 73

**4.13** Tabel Pengunjung Menganggap Jasa yang Dijual Dinas

Pariwisata Efektif ................................................................ 74

**4.14** Tabel Jasa yang Dijual Menarik .................................................. 75

**4.15** Tabel Promosi Menggunakan Duta Wisata Dianggap Efektif...... 76

**4.16** Tabel Duta Wisata Mempromosikan Pantai Dengan Baik ......... 77

**4.17** Tabel Promosi Dilakukan Dengan Menyebar Brosur dan

Booklet Mendongkrak Publisitas ........................................ 78

**4.18** Tabel Publisitas Dinas Pariwisata Bisa Menyaingi Dinas

Pariwisata Lain Pada Objek Wisata Sejenis ....................... 79

**4.19** Tabel Anda Merasa Senang Setelah Mengunjungi Pantai

Teluk Kiluan ....................................................................... 80

**4.20** Tabel Brosur dan Booklet Menambah Pengetahuan Tentang

Pantai Teluk Kiluan ............................................................ 81

**4.21** Tabel Keadaan Pantai Teluk Kiluan Mempengaruhi Opini Anda Tentang Objek Wisata di Provinsi Lampung Khususnya Pantai.............................. 82

**4.22** Tabel Keadaan Pantai Teluk Kiluan Menambah Kepercayaan

Anda Terhadap Dinas Pariwisata Provinsi Lampung ......... 84

**4.23** Tabel Para Calon Pengunjung Ingin Mengetahui Lebih Banyak

Tentang Objek Wisata Pantai Teluk Kiluan Setelah

Mengetahui dari Brosur dan Booklet .................................. 85

**4.24** Tabel Ingin Mengetahui Secara Langsung Setelah Mengetahui Keindahan yang Diberitahu Oleh Booklet dan Brosur ....... 86

**4.25** Tabel Pengunjung Merasa Puas Setelah Mengunjungi Pantai

Teluk Kiluan ....................................................................... 87

**4.26** Tabel Pengunjung Menyukai Keadaan dan Failitas di Pantai

Teluk Kiluan ....................................................................... 88

**4.27** Tabel Pengunjung Merasa Ingin Mengunjungi Lagi Pantai

Teluk Kiluan di Lain Waktu ............................................... 89

**4.28** Tabel Fasilitas yang Disediakan Sesuai Dengan Keinginan

Pengunjung ......................................................................... 90

**4.29** Tabel Pantai Teluk Kiluan Merupakan Tempat yang Tepat

Untuk Rekreasi ................................................................... 91

**4.30** Tabel Pengunjung Merasakan Manfaat dari Fasilitas yang Disediakan........................................................................... 92

**DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran halaman**

**1.1 Surat Pengantar Penelitian..........................................................101**

**1.2 Pedoman Wawancara..................................................................102**

**1.3 Angket Pernyataan........................................................................104**

**1.4 Buku Kode......................................................................................110**

**1.5 Coding Sheet...................................................................................114**