**ABSTRAK**

**Penelitian ini berjudul “STRATEGI PROMOSI TEMPAT- TEMPAT WISATA OLEH DINAS PARIWISATA KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA KABUPATEN CIANJUR (Studi Kualitatif Mengenai Strategi Promosi Tempat Wisata oleh Disparpora)*”*. Promosi merupakan strategi yang di jalankan oleh setiap perusahaan baik perusahaan swasta maupun pemerintahan. Promosi tersebut di jadikan sebagai alat untuk mengajak atau menarik minat masyarakat atau untuk meningkatkan citra positif bagi perusahaan maupun daerah. Dalam mempromosikan suatu barang, jasa atau tempat diperlukan suatu strategi yang matang agar promosi tersebut dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Seperti yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur, promosi dilaksanakan dengan strategi yang matang. Sehingga tujuan dapat tercapai sesuai dengan yang diingkan yakni meningkatkan minat pengunjung terhadap destinasi wisata di Cianjur dan juga memberi dampak terhadap Kabupaten Cianjur yang positif.**

**Tujuan dari penelitian yang dilakukan, selain sebagai salah salah satu syarat ujian sidang sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung Prodi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini juga dilakukan agar mengetahui strategi- strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat- tempat wisata yang berada di kawasan Kabupaten Cianjur. Pada penelitian ini, Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kualitatif deskriftif yang mengutamakan pada penelitian secara mendalam.**

**Berdasarkan hasil penelitian ini kita dapat mengetahui bagaimana strategi yang di gunakan Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur dalam mempromosikan tempat- tempat wisata yang berada di kawasan Cianjur. Strategi yang digunakan tersebut dirasakan cukup berjalan lancar. Infromasi yang di berikan kepada masyarakat tersampaikan dengan baik dengan bertatap muka langsung maupun melalui berbagai media. Pada strategi yang digunakan dalam promosi dibantu dengan menggunakan media elektronik, media cetak serta media sosial. Selain melalui media, untuk mempermudah informasi masuk kepada masyarakat yakni dengan bekerjasama dengan lembaga yang bergerak di bidang kepariwisataan da juga di bantu dengan komunitas yang ada.**

**Promosi destinasi pariwisata akan lebih baik apabila dibantu dengan fasilitas yang baik juga. Maka dari itu akan lebih baik lagi apabila Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur menambah fasilitas yang lebih bagus dan juga memperbaiki akses jalan menuju destinasi wisata tersebut agar para pengunjung atau calon mengunjung berminat berkunjung dan bahkan menjadikan destinasi wisata tersebut sebagai tujuan utama untuk kedepannya karena kenyamannya baik dari fasilitas maupun akses menuju tempat wisata tersebut.**

***ABSTRACT***

***This research entitled "PROMOTIONAL STRATEGY PLACE - TOURISM PLACE BY TOURISM DEVELOPMENT AND SPORT SPORT CIANJUR (Qualitative Study of Tourism Promotion Strategy by Disparpora)". Promotion is a strategy that is run by every company both private companies and government. Promotion is made as a tool to invite or attract public interest or to improve the positive image for companies and regions. In promoting a good, service or place required a mature strategy for the promotion can run smoothly in accordance with the intended purpose. As conducted by the Department of Tourism Youth and Sports Cianjur, promotions carried out with a mature strategy. So the goal can be achieved in accordance with the diingkan of increasing visitor interest to tourist destinations in Cianjur and also give impact to the positive Cianjur regency.***

***The purpose of the research undertaken, as well as one of the requirements of the bachelor's examination session Strata One (S1) Faculty of Social and Political Sciences Pasundan University Bandung Prodi Science Communication. This research is also conducted to know the strategies undertaken by the Tourism Office of Youth and Sports of Cianjur Regency in promoting tourist spots located in the area of ​​Cianjur Regency. In this study, the method used by the authors is a descriptive qualitative research method that focuses on in-depth research.***

***Based on the results of this study we can find out how the strategies used in the Office of Tourism Youth and Sports Cianjur District in promoting tourist attractions located in the region Cianjur. The strategy used was felt quite smoothly. The information provided to the public is well conveyed with direct face to face or through various media. In the strategy used in the promotion assisted by using electronic media, print media and social media. In addition through the media, to facilitate information entry to the community that is by working with institutions engaged in tourism and also in assist with the existing community.***

***Promotion of tourism destinations will be better if assisted with good facilities as well. Therefore it would be better if the Department of Tourism Youth and Sports Cianjur add better facilities and also improve access roads to these tourist destinations so that the visitors or candidates mengunjung interested visit and even make the tourist destination as the main destination for the future because of the comfort either from the facilities or access to the sights.***

**RINGKESAN**

**Panalungtikan ieu dijudulan “STRATEGI PROMOSI TEMPAT- TEMPAT WISATA KU DINES PARIWISATA KEPEMUDAAN SARTA OLAHRAGA KABUPATEN CIANJUR (Studi Kualitatif Ngeunaan Strategi Promosi Tempat Wisata ku Disparpora)”. Promosi mangrupa strategi anu di jalankeun ku saban pausahaan sae pausahaan swasta atawa pamarentahan. Promosi kasebat di jadikan minangka pakakas kanggo ngajak atawa metot minat balarea atawa kanggo ngaronjatkeun wangwangan positip kanggo pausahaan atawa wewengkon. Dina mempromosikeun hiji barang,jasa atawa tempat diperlukeun hiji strategi anu asak supados promosi kasebat tiasa mapan lancar luyu kalawan tujuan anu atos ditetepkeun. Sepertos anu dipigawe ku Dines Pariwisata Kepemudaan sarta Olahraga Kabupaten Cianjur,promosi dilaksanakeun kalawan strategi anu asak. Ku kituna tujuan tiasa kahontal luyu kalawan anu diingkeun nyaeta ngaronjatkeun minat nu datang ka destinasi wisata di Cianjur sarta oge masihan akibat ka Kabupaten Cianjur anu positip.**

**Tujuan ti panalungtikan anu dipigawe,jabi minangka lepat salah sahiji sarat ujian sidang sarjana Strata Hiji (S1) Fakultas Elmu Sosial sarta Pulitik Universitas Pasundan Bandung Prodi Elmu Komunikasi. Panalungtikan ieu oge dipigawe supados terang strategi- strategi anu dipigawe Dines Pariwisata Kepemudaan sarta Olahraga Kabupaten Cianjur dina mempromosikeun tempat- tempat wisata anu aya di wewengkon Kabupaten Cianjur. Dina panalungtikan ieu,Padika anu dipake ku nu nulis nyaeta padika panalungtikan kualitatif deskriftif anu ngutamakeun dina panalungtikan sacara mendalam.**

**Dumasar kenging panalungtikan ieu urang tiasa terang kumaha strategi anu di anggo Dines Pariwisata Kepemudaan sarta Olahraga Kabupaten Cianjur dina mempromosikeun tempat- tempat wisata anu aya di wewengkon Cianjur. Strategi anu dipake kasebat dirasakeun cekap mapan lancar. Infromasi anu di bikeun ka balarea tersampaikan kalawan sae kalawan bertatap beungeut langsung atawa ngaliwatan sagala rupa media. Dina strategi anu dipake dina promosi dibantuan kalawan ngagunakeun media elektronik,media citak sarta media sosial. Jabi ngaliwatan media,kanggo mempermudah informasi lebet ka balarea nyaeta kalawan migawe bareng kalawan lembaga anu usik di widang kepariwisataan da oge di bantos kalawan komunitas anu aya.**

**Promosi destinasi pariwisata bade mending lamun dibantuan kalawan fasilitas anu sae oge. Mangka ti eta bade mending deui lamun Dines Pariwisata Kepemudaan sarta Olahraga Kabupaten Cianjur nambahan fasilitas anu anggursi sarta oge ngalereskeun akses jalan nuju destinasi wisata kasebat supados para nu datang atawa calon mengunjung hoyong nganjang sarta sumawonten ngajadikeun destinasi wisata kasebat minangka tujuan utami kanggo kedepannya margi kenyamannya sae ti fasilitas atawa akses nuju tempat wisata kasebat.**