

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KULON PROGO DALAM PROGRAM SAMBANG KULON PROGO (SAMBANGGO) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PARIWISATA

Rizki Agung Fitriadi
5181711008

Pengelolaan pariwisata yang baik dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung, dengan begitu usaha jasa pariwisata termasuk ekonomi kreatif yang terlibat juga mendapatkan keuntungan. Hal tersebut berdampak baik terhadap kondisi ekonomi masyarakat daerah yang mengalami peningkatan. Pariwisata dengan peminat yang tinggi juga dapat berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah. Untuk itu, pemerintah kabupaten Kulon Progo melalui dinas pariwisata Kulon Progo dengan program sambanggo membutuhkan strategi komunikasi yang baik dan tepat agar dapat mengelola pariwisata di Kabupaten Kulon Progo dengan baik, mengingat saat ini pariwisata di Kulon Progo sedang berusaha tumbuh dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dinas pariwisata Kulon Progo dalam program sambanggo. Penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis data deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan datanya secara langsung melakukan observasi, dokumentasi, dan wawancara di lapangan kepada kepala bidang dan pimpinan dinas Pariwisata Kulon Progo. Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan dinas pariwisata Kulon Progo dalam program sambanggo yaitu mengadakan berbagai macam acara atau pagelaran seni di berbagai objek pariwisata. Dalam setiap acaranya terdapat jargon atau yel-yel sebagai pembentukan image positif. Dinas pariwisata Kulon Progo juga mengoptimalkan sosial media, media pemberitaan, serta website dinas guna penyebarluasan informasi mengenai program sambanggo. Melalui temuan penelitian ini diharapkan pemerintah konsisten untuk terus menjalankan dan mengembangkan program sambanggo yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pariwisata, Sambanggo, Kulon Progo

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF KULON PROGO TOURISM DEPARTMENT IN THE SAMBANG KULON PROGO (SAMBANGGO) PROGRAM AS AN EFFORT TO IMPROVE TOURISM

Rizki Agung Fitriadi
5181711008

Good tourism management can increase public interest in visiting, that way tourism service businesses including the creative economy involved will also benefit. This has had a positive impact on the economic conditions of the local community which has increased. Tourism with high interest can also contribute to local revenue. For this reason, the Kulon Progo regency government through the Kulon Progo tourism office with the Sambanggo program requires a good and appropriate communication strategy so that it can manage tourism in Kulon Progo Regency well, considering that currently tourism in Kulon Progo is trying to grow from the downturn due to the Covid-19 pandemic . This study aims to determine the communication strategy implemented by the Kulon Progo tourism agency in the Sambanggo program. This research was conducted using qualitative descriptive data analysis techniques, by collecting data directly by observing, documenting, and field interviews with the head of the field and the head of the Kulon Progo Tourism office. This study found that the communication strategy carried out by the Kulon Progo tourism office in the Sambanggo program was holding various kinds of events or art performances at various tourism objects. In each event there is jargon or yells as the formation of a positive image. The Kulon Progo tourism office also optimizes social media, news media, and official websites to disseminate information about the Sambanggo program. Through the findings of this research, it is hoped that the government will be consistent in continuing to run and develop a sustainable Sambango program.

Keywords: *Communication Strategy, Tourism, Sambanggo, Kulon Progo*