



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS BUDAYA DAN PARIWISATA KOTA SEMARANG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN BERDASARKAN TEORI P.E.N.C.I.L.S

Aufar Ilmam Adnan
5201711283

Media sosial TikTok menjadi sarana promosi yang efektif dalam bidang pariwisata karena memiliki jangkauan luas dan konten yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam meningkatkan jumlah wisatawan melalui media sosial TikTok @disbudparkotasemarang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis penelitian menggunakan teori P.E.N.C.I.L.S yang meliputi publication, event, news, community involvement, inform or image, dan social responsibility. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok dilakukan melalui publikasi konten wisata dan budaya, promosi event pariwisata, penyebaran informasi, pelibatan komunitas lokal, serta pembentukan citra positif Kota Semarang sebagai destinasi wisata, sehingga strategi tersebut dinilai efektif dalam menarik perhatian masyarakat dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: strategi komunikasi, TikTok, pariwisata, P.E.N.C.I.L.S

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF THE SEMARANG CITY CULTURE AND TOURISM OFFICE IN INCREASING THE NUMBER OF TOURISTS BASED ON THE P.E.N.C.I.L.S THEORY

Aufar Ilmam Adnan
5201711283

TikTok has become an effective promotional medium in the tourism sector due to its wide reach and engaging content. This study aims to examine the communication strategy of the Semarang City Department of Culture and Tourism in increasing the number of tourists through the TikTok account @disbudparkotasemarang. This research uses a qualitative method with a descriptive approach, employing observation, interviews, and documentation as data collection techniques. The analysis is based on the P.E.N.C.I.L.S theory, which includes publication, event, news, community involvement, inform or image, and social responsibility. The results show that TikTok is utilized to publish tourism and cultural content, promote tourism events, disseminate information, involve local communities, and build a positive image of Semarang City as a tourism destination, making this strategy effective in attracting public attention and increasing tourist interest.

Keywords: *communication strategy, TikTok, tourism, P.E.N.C.I.L.S*