

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BOGOR
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD)
MELALUI SEKTOR PARIWISATA DI KOTA BOGOR

Jl. Pandu Raya No. 45 Kota Bogor

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan

DISUSUN OLEH :
MUHAMMAD JIBRAN SAEPUL HAKIM
0441 15 215



1100 2019

	PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
Tgl Terima :	Agustus 2020
No. Induk Buku :	
No Class :	1100 MUH a 2019
Sumber Buku :	Hariah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Jibrán Saepul Hakim
NPM : 0441 15 215
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Pendidikan : Strata-1
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
PTS : Universitas Pakuan
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Melalui Sektor Pariwisata Di Kota Bogor.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang kajian Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I

: Muslim, M.Si

NIP : 1.0909 048 513

Pembimbing II

: Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom

NIP : 1.0616 049 760

Pembaca

: Dini Valdiani, M.Si

NIP : 1.1110 033 5117

Ditetapkan di

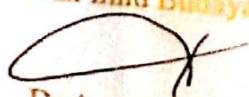
: Bogor

Tanggal

: 21 Desember 2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Dan Ilmu Budaya,



Dr. Agnes Setyowati H.M Hum

NIP : 1.0536 008 229



Ketua Program Studi,



Muslim, M.Si

NIP : 1.0909 048 513

ABSTRAK

MUHAMMAD JIBRAN SAEPUL HAKIM 0441 15 215 , 2019. “ Analisis Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Bogor Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) Melalui Sektor Pariwisata.” Program Studi Ilmu Komunikasi, Hubungan Masyarakat, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor, Dibawah Bimbingan : Muslim, M.Si, Prasetyo Adinugroho, M.Si dan Pembaca : Dini Valdiani, M.Si .

Peranan Sektor Pariwisata semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan asli daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Kota Bogor merupakan salah satu sektor pariwisata potensial untuk dikembangkan dalam menarik jumlah kunjungan wisatawan, untuk meningkatkan pendapatan asli daerah di Kota Bogor. Maka dari itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor perlu melakukan strategi komunikasi yang berkonsep komunikasi pariwisata yang maksimal untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan agar datang ke Kota Bogor, yang akan berdampak positif bagi peningkatan jumlah pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Bogor. Penelitian ini dijelaskan dengan adanya tahapan serta proses dalam konsep strategi komunikasi yang memiliki konsep komunikasi pariwisata untuk meningkatkan jumlah pendapatan asli daerah di Kota Bogor. Serta didukung dengan tugas pokok dan fungsi Disparbud Kota Bogor sebagai organisasi perangkat daerah mampu berkerjasama, berinovasi, bersinergi serta berkolaborasi dengan para pelaku usaha pariwisata, organisasi pariwisata, dan masyarakat untuk kepentingan sektor pariwisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu fokus terhadap subyek penelitian, data tersebut berasal dari wawancara dari berbagai sumber yang memiliki kredibilitas, dokumen resmi yang diperoleh dan catatat selama kegiatan di lapangan. Informan dalam penelitian ini meliputi *key informan* yaitu pihak internal dari Disparbud Kota Bogor dalam menjalankan strateginya mengacu pada aspek target sasaran, anggaran biaya, sumber daya manusia dan menyusun beberapa program kerja dan program kegiatan. Strategi yang di jalankan berupa bentuk promosi dan penyebaran informasi mengenai pariwisata Kota Bogor terutama objek melalui kegiatan *5 top calender Event*, pameran, pembinaan, *booklet*, *leaflet*, media cetak, media sosial, media penyiaran dan website. Adapun kendala yaitu : anggaran yang tidak sesuai dengan dukungan dari Pemerintah Kota dan Sumber daya manusia (SDM) yang belum memadai yang tidak sesuai dengan tingkatan jengjang pendidikan di bidang Kepariwisatan, Kesenian dan Kebudayaan.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Sektor Pariwisata