

**ANALISIS PENDEKATAN *MARKETING PUBLIC RELATION* DALAM
PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA DI KOTA BOGOR**

(Studi Kasus Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Periode 2018)

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

SHAFIA AQSHA NURANI

044115411

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Shafia Aqsha Nurani

NPM : 044115411

Judul : Analisis Pendekatan *Marketing Public Relation* Dalam Pengembangan Promosi Pariwisata Di Kota Bogor (Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Periode 2018)

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

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, M.Si
NIP. 1. 0616 049 757

Pembimbing II : Imani Satriani, M.Si
NIP. 1. 0616 049 753

Pembaca : Wiranta Yudha Ginting, M.A.
NIP. 1. 0616049758

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 10 Mei 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H. M.Hum
NIK: 1.0295 006 229



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Muslim, M.Si
NIK : 1. 0909 048 513

ABSTRAK

SHAFIA AQSHA NURANI 044115411. “Analisis Pendekatan *Marketing Public Relation* dalam Pengembangan Promosi Pariwisata di Kota Bogor (Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Periode 2018)”. Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan : Roni Jayawinangun, M.Si dan Imani Satriani, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor khususnya seksi bidang Promosi menjalankan kegiatan dan program-programnya untuk mengembangkan promosi terhadap sektor pariwisata yang ada di Kota Bogor. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan narasumber dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang mana berperan sebagai *Key Informan* dan *Informan* serta narasumber dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sebagai triangulan. Hasil dari penelitian ini adalah munculnya suatu pengembangan promosi pariwisata di Kota Bogor bagi khalayak melalui penilaian terhadap media yang telah digunakan sebagai alat promosi menggunakan Teknik analisis SWOT. Dimana penilaian tersebut didapat dari program yang telah dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang di kategorikan dengan menggunakan 3 Strategi *Marketing Public Relation* yaitu *pull* (menarik), *push* (mendorong) dan *pass* (mempengaruhi). Sehingga pada akhirnya kegiatan dan pengembangan tersebut memberikan dampak bagi meningkatnya pengunjung yang datang ke Kota Bogor.

Kata Kunci : Promosi, Strategi Marketing Public Relation, SWOT