

## RINGKASAN

**SILVY ALIYA SYAFIRA.** 2021. Peran Bidang Pengembangan Pemasaran dalam Kegiatan Promosi Wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. *The Role of Development Marketing in Promotion Activities Tourism of Provincial West Sumatra*. Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh ENDEN DARJATUL ULYA

Potensi pariwisata di Sumatera Barat telah terbukti mampu memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat, itulah sebabnya kegiatan promosi destinasi wisata sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan destinasi wisata lainnya yang ada di Sumatera Barat serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Destinasi wisata Sumatera Barat memiliki konsep sebagai daerah tujuan wisata keluarga, sehingga semua orang dari berbagai usia dapat menikmati kenyamanan dan hiburan yang ditawarkan oleh objek tersebut. Fasilitas – fasilitas wisata pun tersedia lengkap baik bagi anak-anak, remaja, maupun orang tua.

Kegiatan promosi di Dinas Pariwisata Sumatera Barat dilakukan oleh Bidang Pengembangan Pemasaran. Peran bidang pengembangan pemasaran dalam mempromosikan destinasi-destinasi wisata di Sumatera Barat harus dilakukan semaksimal mungkin terutama pada aspek promosi wisata agar bisa menarik para wisatawan.

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini untuk menjelaskan peran bidang pengembangan pemasaran dalam kegiatan promosi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dan menjelaskan hambatan dalam kegiatan promosi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dan solusi untuk mengatasinya. Pengumpulan data untuk penulisan laporan akhir ini dilakukan selama menjalankan di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang berlokasi di Jl. Khatib Sulaiman No.7, Lolong Belanti, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 25173. Kegiatan dilaksanakan terhitung dari tanggal 8 Februari 2021 sampai dengan 9 April 2021.

Bidang Pengembangan Pemasaran memiliki beberapa peran yakni melaksanakan survei lokasi wisata, melaksanakan publisitas wisata dan menyelenggarakan *event*. Terdapat beberapa hambatan dalam kegiatan promosi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang meliputi, kurang lengkapnya data wisata, anggaran yang masih minim, masih kurangnya partisipasi masyarakat terhadap pengembangan pariwisata, Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih kurang, mobilitas transportasi terbatas dan terlambat mengunggah konten promosi untuk *Youtube*. Hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan mencari solusi melengkapi data wisata, meminimalisir anggaran yang minim, meningkatkan partisipasi masyarakat, meningkatkan *teamwork*, memprioritaskan kegiatan untuk menggunakan transportasi dan menyiapkan *stock* video promosi untuk *Youtube*.

Kata-kata kunci : destinasi wisata, kegiatan promosi, pemasaran wisata

