



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi menurut Suryanto (2015:52) adalah seni menyampaikan informasi, ide dan sikap seseorang kepada orang lain. Komunikasi digunakan oleh individu, organisasi dan instansi untuk memahami satu sama lain dalam menjalin hubungan baik dan mengubah perilaku penerima informasi. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat melakukan komunikasi melalui saluran atau media yang sesuai untuk menjangkau sasarannya.

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu institusi yang menyebarkan informasi dalam bentuk promosi. Menurut Tjiptono (2001:219) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Undang-undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan lapangan pekerjaan, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat. Provinsi Sumatera Barat merupakan daerah yang dikenal memiliki berbagai objek wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Potensi pariwisata di Sumatera Barat telah terbukti mampu memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat, seperti adanya wisata pegunungan, wisata lautan, wisata cagar alam dan lain sebagainya, itulah sebabnya kegiatan promosi destinasi wisata sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan destinasi wisata lainnya yang ada di Sumatera Barat yang bertujuan untuk 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.

Kegiatan promosi di Dinas Pariwisata Sumatera Barat dilakukan oleh Bidang Pengembangan Pemasaran. Peran bidang pengembangan pemasaran seperti survei lokasi wisata, melaksanakan publisitas wisata dan menyelenggarakan *event* wisata dalam mempromosikan destinasi-destinasi wisata di Sumatera Barat dilakukan semaksimal mungkin terutama pada aspek promosi wisata agar bisa menarik para wisatawan. Semua pihak yang terlibat harus bekerja ekstra untuk memastikan peranan bidang pengembangan pemasaran tereksekusi dengan sempurna tanpa ada pengecualian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah :

1. Apa saja peran Bidang Pengembangan Pemasaran dalam kegiatan-kegiatan promosi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Bidang Pengembangan Pemasaran pada kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dan

bagaimana solusi untuk menghadapinya ?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat di rumuskan tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah:

1. Menjelaskan peran Bidang Pengembangan Pemasaran dalam kegiatan-kegiatan promosi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.
2. Menjelaskan hambatan yang dihadapi oleh Bidang Pengembangan Pemasaran pada kegiatan promosi wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dan solusi untuk mengatasinya.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dilakukan di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang terletak di Jalan Khatib Sulaiman No. 7, Kota Padang, Sumatera Barat. Proses pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilaksanakan selama dua bulan, terhitung dari tanggal 8 Februari sampai dengan 9 April 2021 dan dilakukan pada hari Senin sampai dengan Jum'at mulai pukul 08.00-16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam menyusun laporan ini berupa data primer dan data sekunder :

1. Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data yang diperoleh berupa hasil wawancara atau proses diskusi selama di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.
2. Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh dari segala bentuk informasi yang telah tersedia. Data sekunder didapatkan dari *Website*, dan *e-book* yang berhubungan dengan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Instrumen atau alat yang digunakan dalam mengumpulkan data meliputi daftar pertanyaan, alat perekam suara, dan kamera untuk mengumpulkan data dalam bentuk foto dan video. Menurut Sugiyono (2016:137) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan laporan akhir ini melalui :

1. Partisipasi aktif
Turut serta partisipasi aktif dalam kegiatan promosi pariwisata baik melalui sosial media seperti menjadi *talent* video untuk konten *Instagram* dan *Youtube* dinas dan ikut serta dalam kegiatan promosi lapangan seperti berperan aktif melaksanakan *event-event* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, menjadi *master of ceremony* dan memberikan ide-ide yang menarik kepada Dinas Pariwisata Sumatera Barat.
2. Observasi

