

ABSTRAK

Siti Juparidah, Strategi Promosi Pariwisata Alam Berbasis Air Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Analisis Deskriptif pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Jalan R.E Martadinata, No. 209, Cihapit, Kota Bandung 40114.

Dinas Pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat merupakan lembaga pemerintahan yang bergerak dalam bidang pariwisata dan kebudayaan dimana meliputi destinasi pariwisata, industri pariwisata, dan kebudayaan yang ada di Provinsi Jawa Barat. Dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat memiliki kegiatan promosi yang aktif dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan wisatawan agar berkunjung ke Jawa Barat yang nantinya akan meningkatkan perekonomian daerah dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi Jawa Barat mempromosikan pariwisata alam berbasis air melalui promosi internet, promosi dalam penyelenggaraan *event*, dan promosi media cetak.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini ialah konsep *Three Ways Strategy* atau disebut dengan konsep marketing public relations, konsep ini dipilih karena dapat mengkonstruksikan proses strategi promosi pariwisata alam berbasis air dimulai dari *Pull Strategy*, *Push Strategy*, dan *Pass Strategy*.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah konstruktivisme dan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis deskriptif, karena peneliti ingin mengetahui strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam meningkatkan daya tarik wisatawan pada pariwisata alam berbasis air. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi pariwisata alam berbasis air diawali dengan *Pull Strategy* dalam menarik minat wisatawan melalui *campaign #* di media sosial dan melakukan promosi melalui media online, *Push Strategy* DISPARBUD melalui penyelenggaraan *event* dan *Famtrip* dalam mendorong berhasilnya pemasaran, *Pass strategy* DISPARBUD dalam menciptakan opini yang menguntungkan melalui kegiatan *sponsorship* dan Bekerja sama dengan Media yang ada di Jawa Barat. DISPARBUD telah berhasil melaksanakan promosi sebagai upaya meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke pariwisata alam berbasis air dan menginformasi kepada wisatawan mengenai pariwisata alam berbasis air melalui *event* yang diselenggarakan oleh Pemerintah provinsi Jawa Barat. Terbukti dengan meningkatnya wisatawan domestik yang berwisata pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat setiap tahunnya.

Kata Kunci: *pariwisata, promosi, dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi jawa barat.*

ABSTRACT

Siti Juparidah, Water-Based Nature Tourism Promotion Strategy at Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Descriptive Analysis at Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Jalan R.E Martadinata, No. 209, Cihapit, Bandung City 40114.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat is a government agency in charge of tourism and culture which includes tourism destinations, the tourism industry and culture in the Province of West Java. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat has active promotional activities. This activity aims to increase tourists to visit West Java, which in turn will improve the regional economy and create jobs for the community.

The purpose of this study was to determine the promotion strategy of the Department of Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat to promote water-based nature tourism through internet promotion, promotion in organizing events, and promotion of print media.

The concept used in this research is the Three Ways Strategy concept or the so-called marketing public relations concept, this concept was chosen because it can construct the process of promoting water-based nature tourism strategies starting with Pull Strategy, Push Strategy, and Pass Strategy.

The paradigm used in this study is constructivism and a qualitative approach with descriptive analytical research methods, because researchers want to know the promotion strategies undertaken by Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat in increasing tourist attractiveness in water-based nature tourism. Data collection techniques are done through in-depth interviews, observation and document study.

The results of this study indicate that the strategy of promoting water-based nature tourism begins with Pull Strategy in attracting tourists through campaign #on social media and conducting promotions through online media, Push Strategy of DISPARBUD through organizing events and Famtrip in encouraging marketing success, DISPARBUD pass strategy in creating favorable opinion through sponsorship activities and Collaboration with Media in West Java. DISPARBUD has successfully carried out promotions as an effort to increase the attractiveness of tourists to visit water-based nature tourism and inform tourists about water-based nature tourism through events organized by the West Java provincial government and the spread of information through print or social media. Evidenced by the increase in tourists domestic tourists who tour water-based nature tourism in West Java every year.

Keywords: *tourism, promotion, dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi jawa barat.*

