



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Fatimah Azzahra**  
**Prodi : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Kebun Binatang Bukittinggi”**

Strategi Komunikasi merupakan pedoman atau taktik yang sangat penting dilakukan untuk menangani suatu persoalan dalam mencapai tujuan dari perusahaan. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga berperan penting dalam meningkatkan Kepuasan Pengunjung baik itu dari segi pelayanan, sarana dan prasarana maupun menjalin komunikasi yang baik dengan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Disparpora dalam meningkatkan Kepuasan Pengunjung Kebun Binatang Bukittinggi. Teori yang digunakan adalah Teori Strategi Komunikasi oleh Patterson and Redke yaitu Menyiapkan Rencana, Analisis Situasi, Targeting, Menentukan Tujuan Komunikasi, Menentukan Pesan, Pemilihan Media dan Evaluasi. Metode Penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan Data Wawancara mendalam dengan informan, *Observasi*, dan Dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi dalam meningkatkan Kepuasan Pengunjung Kebun Binatang adalah menyiapkan rencana baik *planning* jangka Panjang maupun *planning* jangka pendek mengenai ide yang menarik seputar objek wisata Kebun Binatang Bukittinggi, melakukan Analisis Situasi yaitu melakukan Survey yang berorientasi kepada apa yang dibutuhkan masyarakat. Menentukan Target/Sasarannya yaitu masyarakat luas baik lokal maupun regional, Menentukan Tujuan Komunikasi agar seluruh masyarakat mengetahui dan mengerti seputar objek wisata khususnya Kebun Binatang, Menentukan Pesan secara Verbal seperti adanya papan arahan seputar objek wisata, ajakan untuk menjaga satwa dan lingkungannya dan juga ada Pesan Nonverbal. Media yang digunakan adalah media sosial yaitu Instagram dan facebook serta melakukan rapat Evaluasi yang bersifat tentative atau melihat situasi dan kondisi.

**Kata kunci ; Strategi Komunikasi, Disparpora, Kepuasan Pengunjung,**

