

**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 : Meilan Fitriani

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Kekepemudaan Dan Olahraga Dalam Menarik Wisatawan Untuk Mengunjungi Wisata Danau Tajwid Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan

Penelitian ini membahas tentang Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Kepemudaan Dan Olahraga Dalam Menarik Wisatawan Untuk Mengunjungi Wisata Danau Tajwid Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan yang mana Pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting, bahkan sektor ini diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Salah satu sektor penentu keberhasilah pariwisata diperlukan promosi. Promosi adalah bagian dari komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran adalah sebagai aktivitas dari keseluruhan pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Promosi Dinas Pariwisata Dalam Menarik Wisatawan Untuk Mengunjungi Wisata Danau Tajwid Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dari tindakan promosi yang dilakukan oleh dinas Pariwisata kebudayaan kepemudaan dan olahraga kabupaten pelalawan dalam menarik wisatawan untuk mengunjungi wisata danau Tajwid mereka menggunakan cara komunikasi yang efektif, mulai dari menargetkan pendengar dan target yang diharapkan seluruh Masyarakat, menetapkan tujuan yaitu memberitahu dan menarik wisatawan untuk mengunjungi wisata Danau Tajwid, merancang pesan dengan menarik, dan kemudian disalurkan melalui media promosi yaitu periklanan di media massa dan media online, publisitas serta promosi penjualan yaitu pameran, menentukan anggaran dan melakukan tindakan evaluasi yang dilakukan secara terus menerus.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Promosi, Wisatawan


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.

ABSTRACT

Name : Meilan Fitriani
Department : Communication
Title : The Promotion of the Tourism, Culture, Youth and Sport Government Agency in Attracting the Tourist Interest to Visit the Tajwid Lake of the Kecamatan (Sub-District) Langgam Kabupaten (Regency) Pelalawan

This thesis discusses about The Promotion of the Tourism, Culture, Youth and Sport Government Agency in Attracting the Tourist Interest to Visit the Tajwid Lake of the Kecamatan (Sub-District) Langgam Kabupaten (Regency) Pelalawan. Tourism is an important sector for economic development and it is hoped to be the main sector contributing for Indonesian revenue. An important factor for the tourism growth is promotion. It is a part of marketing communication, i.e activities of marketing. The objective of this research is to know The Promotion of the Tourism, Culture, Youth and Sport Government Agency in Attracting the Tourist Interest to Visit the Tajwid Lake of the Kecamatan (Sub-District) Langgam Kabupaten (Regency) Pelalawan. This is a qualitative study with a descriptive approach. This thesis finds that The Promotion of the Tourism, Culture, Youth and Sport Government Agency in Attracting the Tourist Interest to Visit the Tajwid Lake of the Kecamatan (Sub-District) Langgam Kabupaten (Regency) Pelalawan uses effective communication. This can be seen from the way the promotion done; targeting the audiences from all communities, deciding the goal to attract the tourists to visit the Tajwid Lake, and designing the interesting messages. This then is delivered to mass media both online and offline. The promotion is also done through exhibition. Finally, deciding budget and evaluation play an important role for the success of the promotion.

Keywords : Marketing Communication, Promotion, Tourist