

ABSTRAK

Skripsi ini dengan judul “**STRATEGI PROMOSI WISATA UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN TULUNGAGUNG** ” ini di tulis oleh Tajul Mafakhim Ulul Albab, NIM 1742143274, pembimbing Nur Aziz Muslim,. M.H.I

Kegiatan promosi berperan penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung, maka penggiat wisata harus mampu berinovasi sehingga calon wisatawan memiliki daya tarik tersendiri. Belum maksimalnya upaya dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam hal promosi wisata dengan maraknya wisata-wisata baru yang di bangun dan belum layak mulai dari sarana prasarana yang dimiliki wisata tersebut. Pada masa yang serba *online* promosi wisata yang dilakukan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung masih belum terlalu mengikuti jaman karena belum adanya *website* atau akun media sosial resmi yang di buat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung guna untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata pada Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini bertujuan untuk; 1) mendeskripsikan pelaksanaan strategi promosi wisata; 2) mendeskripsikan faktor yang menghambat strategi promosi wisata; 3) mendeskripsikan upaya yang ditempuh untuk mengatasi hambatan strategi promosi wisata. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Informan penelitian utama adalah Kepala Bagian Pemasaran, informan pendukung adalah kepala Seksi Promosi serta Kepala seksi pelayanan dan informasi. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1) Strategi promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tulungagung dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata ada tiga , yaitu: periklanan, promosi penjualan, dan publikasi; 2) adanya faktor yang menghambat promosi wisata antara lain: terbatasnya dana, kurangnya tenaga ahli, serta masih ada obyek wisata yang belum di tata dan di kelola dengan baik.; 3) Upaya untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata Kabupaten Tulungagung, kerjasama dengan pihak swasta, seperti paguyuban pemandu wisata Tulungagung dan asosiasi bursa wisata jatim.

Kata kunci : strategi promosi, peningkatan kunjungan, DISBUDPAR

ABSTRACT

This thesis entitled "**TOURISM PROMOTION STRATEGY TO INCREASE VISIT AMOUNT IN TULUNGAGUNG DISTRICT CULTURE AND TOURISM**" was written by Tajul Mafakhim Ulul Albab, NIM 1742143274, advisor Nur Aziz Muslim. M.H.I

This research aims to; 1) describe the implementation of tourism promotion strategies; 2) describe the factors that inhibit tourism promotion strategies; 3) describe the efforts taken to overcome the obstacles to tourism promotion strategies. This research was conducted at the Culture and Tourism Office of Tulungagung Regency. This research method is descriptive qualitative. The main research informant was the Head of Marketing, supporting informants were the head of the Promotion Section and the head of the service and information section. Data collection is done by direct observation, interviews, and documentation. Data analysis was done through the stages of data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The results of this study concluded that: 1) Promotional strategies carried out by the Tulungagung Culture and Tourism Service in increasing the number of tourist visits were three, namely: advertising, sales promotion, and publication; 2) there are factors that inhibit tourism promotion, among others: limited funds, lack of experts, and still tourism objects that have not been properly managed and managed; 3) Efforts to overcome the obstacles to tourism promotion activities are by collaborating with the Tourism Awareness Group of Tulungagung Regency, collaboration with the private sector, such as the community of Tulungagung tour guides and East Java tourist exchange associations.

Keywords: promotion strategy, increased visit, DISBUDPAR