

ABSTRAK

Masvita Anwar. Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata.

(Pembimbing: Muhammad Yahya dan Syukri)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata dan juga untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor penghambat dan faktor pendukung dalam proses sosialisasi Lorong Wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Diskominfo Kota Makassar dalam mensosialisasikan lorong wisata cukup baik berdasarkan pada hasil penelitian yang menggunakan 5 tahapan komunikasi menurut Hafied cangara yaitu (1) Diskominfo Kota Makassar tidak melakukan penelitian secara langsung terhadap masyarakat yang terlibat dalam program lorong wisata sebelum melakukan sosialisasi, Mereka lebih mengandalkan publikasi massif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang program tersebut. (2) Diskominfo telah melakukan perencanaan dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk media massa, media sosial, dan kegiatan langsung. Mereka juga bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan Lorong Wisata. (3) Diskominfo telah melaksanakan sosialisasi dengan baik, baik secara langsung maupun melalui media cetak, elektronik, dan sosial. Mereka juga berkolaborasi dengan berbagai dinas di Kota Makassar untuk mensukseskan program Lorong Wisata. (4) Sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo memberikan dampak positif bagi masyarakat yang terlibat dalam program Lorong wisata. Masyarakat menjadi lebih paham tentang program-program pemerintah sehingga lebih antusias dalam mengembangkan potensi-potensi yang ada dilorong tersebut. (5) Pelaporan perkembangan Lorong Wisata dilakukan secara terstruktur, dimulai dari Dewan Lorong atau Lurah setempat, kemudian dilanjutkan ke Dinas terkait, dan dipublikasikan oleh Diskominfo.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Lorong Wisata, Diskominfo Kota Makassar.

ABSTRACT

Masvita Anwar. Communication Strategy of the Makassar City Communication and Informatics Service in Socializing Tourist Hallways.

(Supervisors: Muhammad Yahya and Syukri)

This research aims to find out the Communication Strategy of the Makassar City Communication and Informatics Service in Socializing the Tourism Hallway and also to find out what are the inhibiting and supporting factors in the process of socializing the Tourism Hallway. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach and data collection through observation, interviews and documentation.

The results of the research show that the communication strategy carried out by the Makassar City Diskominfo in socializing the tourist alley is quite good based on the results of research using 5 stages of communication according to Hafied Cangara, namely (1) Makassar City Diskominfo did not conduct research directly on the people involved in the tourist alley program before carry out outreach. They rely more on mass publications to increase public awareness about the program. (2) Diskominfo has carried out planning using various communication strategies, including mass media, social media and direct activities. They also work with influencers to promote Lorong Wisata. (3) Diskominfo has carried out socialization well, both directly and through print, electronic and social media. They also collaborate with various agencies in Makassar City to make the Lorong Wisata program a success. (4) The outreach carried out by Diskominfo has had a positive impact on the community involved in the Lorong Wisata program. The public becomes more aware of government programs so they are more enthusiastic in developing the potential that exists in these areas. (5) Reporting on the development of the Tourism Hallway is carried out in a structured manner, starting from the Lorong Council or local Village Head, then proceeding to the relevant Department, and published by Diskominfo.

Keywords: Communication Strategy, Tourism Hallway, Diskominfo Makassar City.