

ABSTRAK

MUHAMMAD ADZAN UMRAH. Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar.

Dengan potensi pariwisata yang sangat menjanjikan, sudah sepantasnya Pulau Sanrobengi sebagai salah satu destinasi wisata sehingga dapat menjadi pilihan favorit bagi wisatawan domestic dan luar negeri dan tidak mustahil Pulau Sanrobengi dapat lebih dikenal oleh wisatawan domestic maupun mancanegara.

Jenis penelitian adalah kualitatif dengan tipe penelitian fenomenologis dengan informan 11 orang, sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, dan data sekunder, teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan FGD (*Focus Group Discussion*) yang dilakukan secara langsung oleh peneliti, teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, sajian data, dan verifikasi dan pengabsahan data dalam penelitian ini adalah triangulasi metode dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Komunikasi Pemerintah dalam Promosi Objek Wisata Pulau Sanrobengi di Kecamatan Galesong Selatan Kabupaten Takalar ada empat yaitu (1) memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait obyek wisata tersebut, pemerintah kabupaten takalar atau lebih spesifik dinas pariwisata merekrut yang namanya dara daeng, dara daeng ini sebagai ikon atau garda terdepan dalam hal memberikan pemahaman kepada masyarakat atau wisatawan (2) disini untuk mempengaruhi kesenangan pengunjung pemerintah menghadirkan fasilitas yang cukup lengkap, ini dapat dibuktikan dengan tersedianya Sembilan villa, satu baruga, dengan fasilitas perabotan yang sudah ada didalamnya, ditambah dengan fasilitas outbound bagi wisatawan yang ingin main-main. (3) pengaruh pada sikap, membedakan diantaranya ada fasilitas tersebut, dan harga untuk menikmati fasilitas itu tadi tergolong terjangkau dikantong parawisatawan yang ingin menikmati pulau sanrobengi kecamatan galesong (4) hubungan kerja sama antara pemerintah daerah dan pihak swasta dalam hal pengelolaan belum, adapun hubungan kerjasama yang terjalin dengan media-media elektornik seperti Celebes tv.

Kata Kunci : *Model Komunikasi, Pemerintah, dan Promosi Obyek Wisata*