

ABSTRAK

Anwar. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Mempromosikan Objek Wisata Bahari dan Wisata Alam di Buton Tengah .

(Pembimbing: Arni dan Dian Muhtadiah Hamna)

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah dalam mempromosikan objek wisata bahari dan alam, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Buton Tengah telah menerapkan strategi komunikasi secara terstruktur berdasarkan pada hasil penelitian yang menggunakan 5 tahapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara yaitu. (1) Dinas melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi keunikan destinasi seperti gua bawah tanah dan ekosistem laut, serta menganalisis karakteristik wisatawan yang didominasi oleh wisatawan domestik. (2) Perencanaan melalui penyusunan program kerja tahunan dengan fokus pesan promosi pada keunikan daerah dan pemilihan media digital. (3) Pelaksanaan dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok secara intensif, bekerja sama dengan konten kreator, serta melibatkan masyarakat dalam promosi langsung. (4) Evaluasi Dilakukan melalui pemantauan jumlah kunjungan wisatawan dan respons di media sosial, meskipun masih terbatas pada indikator kuantitatif dan belum menyentuh aspek pemahaman audiens secara mendalam. (5) Pada tahap pelaporan, hasil kegiatan promosi disusun dalam bentuk laporan internal yang digunakan sebagai bahan pertanggungjawaban Menyusun laporan internal sebagai bentuk pertanggungjawaban anggaran dan capaian PAD, yang menjadi dasar kebijakan program berikutnya.

Faktor pendukung strategi komunikasi Dinas Pariwisata meliputi Dukungan kolaborasi antara Dinas Pariwisata, pemerintah desa wisata, masyarakat, serta pihak eksternal seperti konten kreator dan influencer, sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur wisata, dan kolaborasi lintas sektor yang belum optimal.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, promosi pariwisata, Dinas Pariwisata, wisata bahari dan wisata alam, Buton Tengah