

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Dwi Wulan Rachmawati
44212120012

Strategi Komunikasi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Pergerakan Wisatawan Lokal Melalui Fenomena Gerhana Matahari Total Pada 9 Maret 2016.

Jumlah Halaman : i-viii + 97 Halaman, 17 Lampiran.

Bibliografi : 19 acuan, Tahun (1999 – 2016)

ABSTRAK

Fenomena alam GMT 2016 dijadikan sebagai peluang oleh Kemenpar untuk dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke 12 propinsi yang dilewatinya lewat program yang dibuat dengan tema besar *Wonderful Total Solar Eclipse 2016*.

Konsep kerangka acuan yang peneliti gunakan adalah dengan teori **Scott M, Cutlip dan Allen H Center** yang telah dijelaskan pada sub bab strategi komunikasi bahwa perencanaan tahapan program *Public Relations* terdapat 4 tahapan yang terdiri dari **Fact Finding** dengan mengumpulkan data jumlah pergerakan wisatawan nusantara dan target event, **Planning & Program** yang berpedoman kepada kegiatan yang biasa dilakukan Kemenpar dalam membuat event, **Action & Communication** mengimplementasikan dan mengkomunikasikan program kepada target atau sasaran dan **Evaluating** dengan melihat hasil dari kegiatan kemudian didiskusikan kembali.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Wawancara secara mendalam dilakukan pada narasumber internal yang berkompeten untuk menjawab tujuan penelitian yaitu seluruh pihak yang berperan serta di bawah naungan Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara. Serta dua orang yang ikut menyaksikan GMT secara langsung di titik pengamatan dimana Kemenpar menggelar acara sebagai perwakilan dari narasumber eksternal.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi yang digunakan Kemenpar adalah *Fact Finding, Planing & Program, Action & Communication, Evaluasi*. Dengan tema acara *Wonderful Total Solar Eclipse 2016* yang dilaksanakan pada tahun 2016 dan ternyata menghasilkan tingkat kunjungan wisatawan yang melebihi target yang telah ditentukan pada saat proses awal perencanaan. Hal ini berdasarkan data yang ditarik oleh Kemenpar pasca seluruh event selesai dilaksanakan.