

ABSTRAK

Nama : Melly Safitri
NIM : 44218110157
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Program Humas
Disporapar Dalam Pemilihan Duta Wisata Kabupaten
Cilacap Periode 2023
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si

Pada penelitian Ini yang berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Cilacap 2023, dengan fokus penelitian ingin mengetahui proses strategi komunikasi persuasif dalam pemilihan duta wisata kabupaten cilacap 2023 dan tujuan pemilihan Duta Wisata adalah untuk mempersiapkan para Duta Wisata dalam rangka mengembangkan dan mempromosikan pariwisata dan kebudayaan. Dan Duta Wisata telah membuat program yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan untuk dapat menjalankan tugas sebagai actor yang bertanggung jawab untuk melakukan promosi kegiatan pariwisata ini. Meningkatkan rasa bangga dan cinta daerah sendiri sebagai Duta Wisata Kabupaten Cilacap, Menyiapkan Duta Wisata yang mampu mempromosikan, mengedukasi, dan menginspirasi masyarakat Kabupaten Cilacap terhadap perilaku masyarakat Sadar Wisata, Mengeksplorasi lebih jauh peluang yang disediakan untuk pariwisata dengan kemajuan teknologi termasuk platform digital

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif, dalam pengambilan data penelitian melakukan wawancara kepada key informan dan informan serta beberapa data sekunder. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. teori dari Melvin L DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach memberikan beberapa Strategi komunikasi persuasif, yaitu: Strategi Psikodinamika, Strategi Persuasi Sosiokultural dan Strategi The Meaning Construction.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dengan adanya strategi komunikasi persuasif di anggap mampu untuk mengajak dan mensosialisasikan Kegiatan Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Cilacap di periode 2023. Sebagai ketua Disporapor sangat membantu dengan adanya Strategi Komunikasi Persuasif dalam Pemilihan *Mas dan Mbak* Duta Wisata ini. Dan dapat mempermudah wisatawan untuk memperoleh informasi mengenai tempat wisata, kuliner, oleh-oleh dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Cilacap. Selain itu juga Pemilihan *Mas dan Mbak* Duta Wisata menggunakan media penghubung kepada masyarakat.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Persuasif, Duta Pariwisata, Public Relations

ABSTRACT

Name : Melly Safitri
NIM : 44218110157
Study program : Ilmu Komunikasi
Thesis Report Title : Disporapar Public Relations program Persuasive Communications Strategy In Selection Of Cilacap Regency Tourism Ambassadors For The 2023 Period
Supervisor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si

In this research, entitled Persuasive Communication Strategy in the Selection of Cilacap Regency Tourism Ambassadors 2023, the research focus is to understand the process of persuasive communication strategies in the selection of Cilacap Regency Tourism Ambassadors 2023 and the aim of selecting Tourism Ambassadors is to prepare Tourism Ambassadors in order to develop and promote tourism and culture. And Tourism Ambassadors have created a program that aims to increase knowledge and insight to be able to carry out their duties as actors responsible for promoting tourism activities. Increase your sense of pride and love for your region as a Tourism Ambassador for Cilacap Regency, Prepare Tourism Ambassadors who are able to promote, educate and inspire the people of Cilacap Regency towards the behavior of the Tourism Aware community, Explore further the opportunities provided for tourism with technological advances including digital platforms

This research uses a descriptive qualitative research type, in collecting data the research conducted interviews with key informants and informants as well as some secondary data. And data validity uses data source triangulation. The theory of Melvin L DeFleur and Sandra J. Ball-Roeach provides several persuasive communication strategies, namely: Psychodynamic Strategy, Sociocultural Persuasion Strategy and The Meaning Construction Strategy.

The results of this research show that the presence of a persuasive communication strategy is considered capable of inviting and socializing the Cilacap Regency Tourism Ambassador Selection Activities in the 2023 period. As chairman of Disporapor it is very helpful to have a Persuasive Communication Strategy in the Selection of Mas and Ma'am Tourism Ambassadors. And it can make it easier for tourists to obtain information about tourist attractions, culinary delights, souvenirs and culture in Cilacap Regency. Apart from that, the selection of Mas and Ma'am Tourism Ambassadors also uses media to connect with the community.

Keywords: *Strategy, Persuasive Communication, Tourism Ambassador, Public Relations*