



Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Alfiyansa

44213010008

“Aktivitas Publikasi Humas Kementerian Pariwisata Dalam Event Karnaval Kemerdekaan Pesona Danau Toba 2016”.

Jumlah halaman : vii + 105 halaman + 85 halaman

Bibliografi : 36 acuan, Tahun 1984 - 2013

ABSTRAK

Peneliti melakukan penelitian di Kementerian Pariwisata (KEMENPAR) yang bergerak dibidang wisata yang dimana selalu melakukan branding “pesona indonesia” dan “wonderful indonesia” di setiap kegiatan yang dibuat pihak Kementerian Pariwisata dengan tujuan mengeksplor wisata – wisata yang ada di Indonesia kepada mancanegara dan masyarakat luas.

Dalam setiap pembuatan event digunakannya konep – konsep media relation bagaimana sebuah korporat menjalin hubungan baik dengan media dan membantu untuk mempublikasikannya. Konsep spesial event juga dapat mempelajari bagaimana membuat sebuah kegiatan dengan baik serta bagaimana sebuah humas berperan langsung dalam pembuatan event tersebut.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dimana ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari pelaku yang diamati. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan data primer yang dilakukan secara wawancara mendalam. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman terdapat 3 tahap yaitu : tahapan reduksi data, tahapan penyajian data, tahapan terakhir penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian yang didapatkan dari hasil wawancara yaitu aktivitas publikasi humas Kementerian Pariwisata dalam event karnaval kemerdekaan pesona Danau Toba 2016 ini adalah humas dari Kementerian Pariwisata sudah mempunyai hubungan baik dengan media (media relations) sehingga pada saat melaksanakan kegiatan didukung langsung dengan media melalui aktivitas – aktivitas yang dimiliki oleh humas KEMENPAR, seperti membuat press release, konferensi pers, kunjungan pers mengundang media ke Danau Toba dalam peliputan event tersebut. Bentuk publikasi yang dilakukan dengan menggunakan strategi media yaitu *paid media*, *owned media* dan *social media*. Dampak dari publikasi event KKPDT bahwa sudah meningkatnya awareness dari public pariwisata pada 10 top destinasi unggulan di Indonesia. Hal tersebut juga menunjang semua unsur pariwisata di 10 daerah tersebut untuk memperbaiki infrastruktur pariwisata.