



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Yulia Sulistiati Sahupala
44212110084

Strategi Promosi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai

Jumlah Halaman : xi +111 Halaman + Lampiran

Bibliografi : 28 Acuan, Tahun 2007-2016

ABSTRAK

Kepariwisata di Maluku Utara ditunjang oleh potensi kondisi alam serta benda-benda peninggalan kebudayaan masa lalu seperti wisata budaya, wisata alam, wisata sejarah dan wisata bahari yang dapat dikembangkan. Salah satunya adalah Kabupaten Pulau Morotai, sebagai kabupaten definitif baru yang merupakan bagian dari kepulauan Halmahera Utara, Maluku Utara. Kabupaten Pulau Morotai juga merupakan satu dari sepuluh daerah destinasi wisata prioritas. Kabupaten Pulau Morotai dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki potensi wisata alam, wisata bahari dan wisata sejarah yang sangat potensial untuk dikembangkan dan menjadi daya Tarik bagi kunjungan wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara. Wisata alam dan wisata bahari yang sangat indah serta wisata sejarah yang memiliki nilai tinggi dengan adanya sisa-sisa peninggalan Perang Duni II ini menjadi alasan kuat bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai untuk mempromosikan Pulau Morotai sebagai tujuan wisata.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dengan menggunakan landasan teori Strategi Promosi melalui bauran promosi serta tahap-tahap bauran promosi yang ada didalam buku *Kotler, Philip* yaitu Manajemen Pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif.

Hasil Penelitian ini membahas mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Moroti melalui alur pikir rencana strategis, dengan menentukan langkah-langkah promosi dengan bauran promosi, yakni Periklanan, *Public Relations*, Informasi dari Mulut ke mulut, dan *event*, serta evaluasi tahap akhir dari setiap agenda kegiatan. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi promosi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan promosi masih terdapat kekurangan dan kegiatan promosi perlu ditingkatkan, agar dapat menarik lebih banyak wisatawan. Penggunaan tahapan bauran promosi belum maksimal dan terdapat juga kekurangan yang tidak kena sasaran dalam strategi promosi yang dilakukan.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Yulia Sulistiati Sahupala
44212110084

Tourism Promotion Strategy of Morotai Island Regency
Number of Pages : xi +111 Pages + Attachment
Bibliography : 28 References, Year of 2007-2016

ABSTRACT

Tourism in North Maluku is supported by the potential of natural conditions and cultural heritage objects of the past such that can be developed as cultural tourism, nature tourism, historical tours and marine tourism. One of them is Morotai Island Regency, as the new definitive regency that is part of the North Halmahera Islands, North Moluccas. Morotai Island Regency is also one of the tourist destination. Morotai Island is known as one of the tourist destinations that has the potential to be developed from natural tourism, marine tourism to historical tourism potential and become a tourist attraction for tourists, both local and foreign. Nature tourism and marine tourism are very beautiful and historical tours that have so many historical remnants of World War II are a strong reason for the Tourism Department of Morotai Island Regency to promote the island of Morotai as a tourist destination.

This research was conducted to see the role of promotion strategy undertaken by the Tourism Department of Morotai Island Regency using the theoretical basis of Promotion Strategy through promotion mix and promotion mix stages in Kotler, Philip's book Marketing Management. This research uses qualitative approach with descriptive research type. The research method used is descriptive method.

The results of this study discusses the promotional strategies undertaken by the Tourism Office of Morotai Island District through the strategic plan flow, by forming promotional steps with promotion mix, namely Advertising, Public Relations, Mouth-to-mouth Information, and event, and follow-up of each agenda Activities. Thus, researchers can get an overview of Morotai Island District tourism promotion strategies.

This research concludes that promotional activities are still lacking and in order to attract more tourists the promotional activities needs to be improved. The use of promotional mix is not maximal and there are some objects that is not exactly on targeted in the promotion strategy.

Keywords: Promotion Strategy, Qualitative Analysis