

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA PULAU ANGSO DUO
KOTA PARIAMAN**

SKRIPSI



Oleh:

**DESTI AYU ARINI
NIM. 17135090**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA PULAU ANGSO DUO
KOTA PARIAMAN**

Nama : Desti Ayu Arini
NIM/BP : 17135090/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing


Hidiriantoni Syarif, S.Ip, M.M
NIP. 19780903 201012 1001

Kepala Departemen Pariwisata FPP UNP


Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 19920226 202012 1012


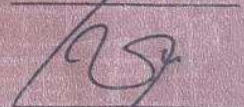

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Strategi Promosi Destinasi Wisata Pulau Angso Duo Kota
Pariaman
Nama : Desti Ayu Arini
NIM/BP : 17135090/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2024

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M	1. 
2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE	2. 
3. Anggota : Nidia Wulansari, SE, M.M	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Desti Ayu Arini
NIM/TM : 17135090 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Strategi Promosi Destinasi Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Kepala Departemen Pariwisata

Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE
NIP. 199202262020121012

Saya yang menyatakan,

Desti Ayu Arini
NIM. 17135090

ABSTRAK

Desti Ayu Arini. 2024. Strategi Promosi Destinasi Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman. Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya peningkatan kesadaran terhadap keempat elemen promosi yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan pemasaran langsung di Pulau Angso Duo Kota Pariaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk Pulau Angso Duo Kota Pariaman dengan menerapkan analisis SWOT, studi ini bertujuan untuk secara deskriptif mengevaluasi faktor internal, termasuk kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman, melalui pengumpulan data kualitatif. melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dari informan penelitian yang dipilih secara sengaja. Proses analisis data melibatkan langkah-langkah seperti mereduksi data, menyajikan data, mengambil keputusan, serta menganalisis strategi dengan memanfaatkan metode SWOT. Temuan penelitian menunjukkan adanya faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dalam upaya pengembangan daya tarik sektor pariwisata di Pulau Angso Duo Kota Pariaman, serta faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Sebagai strategi promosi di Pulau Angso Duo Kota Pariaman, direkomendasikan: 1) Memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube sebagai sarana promosi periklanan. 2) Membuat konten visual menarik dan informatif. 3) Mengajak influencer dari dalam maupun luar negeri yang populer di media sosial dengan banyak pengikut untuk memperkenalkan Pulau Angso Duo. 4) Pengembangan aplikasi destinasi pariwisata Kota Pariaman yang bertujuan mempermudah pengunjung dalam mendapatkan informasi tentang berbagai objek wisata di wilayah tersebut, khususnya Pulau Angso Duo.

Kata kunci : Strategi, Bauran Promosi, Promosi, Pariwisata.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA PULAU ANGSO DUO KOTA PARIAMAN**” ini dengan baik. Tak lupa pula sholawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW, karena beliau kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan skripsi ini tak lepas dari bantuan banyak pihak yang ikut berpartisipasi. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kemampuan dalam berfikir, kelancaran, dan kesehatan untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik.
2. Ibu Prof Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan sekaligus dosen penasehat akademik dan penguji 1.
4. Bapak Hijriantomi Suyuthie, S.Ip, M.M.Par selaku dosen pembimbing dalam penyusunan proposal penelitian ini.
5. Ibu Nidia Wulansari, SE, M.M selaku penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi.

6. Seluruh dosen, tenaga administrasi, dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
7. Terima kasih kepada orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.
8. Seluruh teman-teman yang mendukung untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis telah berusaha menghasilkan karya ini sebaik mungkin, maka jika masih terdapat kekeliruan yang luput dari koreksi, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Mei 2024
Penulis

Desti Ayu Arini
Nim. 17135090

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DATAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II KETANGKA TEORITIS	14
A. Kajian Teori	14
1. Strategi	14
2. Promosi	14
3. Bauran Promosi	15
4. Destinasi Wisata	17
5. SWOT	20
B. Kerangka Konseptual	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Informan Penelitian	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	27
F. Instrumen Penelitian	28

G. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Objek Wisata Pulau Angso Duo	4
Gambar 1.2 Akun Instagram Pulau Angso Duo	6
Gambar 1.3 Tangkapan Layar Belum Adanya Kolaborasi Instagram Pulau Angso Duo Dengan Influencer	8

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Pulau Angso Duo	5
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	22
Tabel 3. 1 Informan Inti Penelitian	25
Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	28
Tabel 4. 1 Formulasi strategi <i>Advertising</i>	68
Tabel 4. 2 Formulasi Strategi <i>Direct Marketing</i>	70
Tabel 4. 3 Formulasi strategi <i>Sales Promotion</i>	72
Tabel 4. 4 Formulasi Strategi <i>Public Relation</i>	73

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Konseptual	23
Bagan 3.1 Informan Inti Penelitian	25

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	97
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	103
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	139

BABI PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi ini sektor pariwisata merupakan sumber pendapatan yang dapat dijadikan devisa pada suatu negara dan bahkan ada negara yang menjadikan sebagai devisa utama untuk memajukan perekonomiannya di sekitar pariwisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Keberadaan potensi pariwisata yang unik dan menarik di suatu daerah seharusnya dapat dimanfaatkan melalui pengembangan pariwisata yang baik.

Menurut Sugiana (2011), “Pariwisata adalah sebuah rangkaian aktivitas, serta penyediaan layanan baik kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang”. Untuk meningkatkan kunjungan pariwisata di Indonesia maka dilakukanlah cara yang salah satunya adalah promosi.

Salah satu potensi pariwisata yang terus berkembang dan banyak diminati oleh wisatawan adalah wisata alam. Menurut Partono dan Rahman (2016), wisata alam adalah kegiatan perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan sebagai tujuan untuk menikmati daya tarik wisata. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Selain itu, wisata alam berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta

kegiatannya ditujukan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan alam maupun setelah pembudidayaan. Wisata alam juga merupakan konservasi lingkungan akan tetapi lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pengunjung akan fasilitas dalam melakukan aktifitasnya. Daya Tarik wisata alam dapat berupa pantai, gunung, pemandangan alam, sungai, tebing, gua, dan lain sebagainya.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang terdapat di Pulau Sumatera, terletak dibagian barat pulau Sumatera. Sumatera Barat memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak seperti wisata alam, wisata buatan dan wisata minat khusus Sumatera Barat terdiri atas 19 Kabupaten dan Kota. Salah satu kabupaten yang memiliki banyak potensi wisatanya ialah kabupaten Kota Pariaman.

Salah satu daerah yang mengembangkan pariwisata adalah Kota Pariaman. Kota Pariaman merupakan wilayah pemekaran dari Kabupaten Padang Pariaman yang terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2002. Secara geografis Kota Pariaman terletak di pantai barat Pulau Sumatera dan berhadapan langsung dengan Samudera Indonesia. Kota Pariaman pada sisi utara, selatan, timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Padang Pariaman dan disebelah barat berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia. Kota Pariaman juga dikenal dengan “Kota Tabuik” yang merupakan perayaan lokal dalam rangka memperingati Asyura, gugurnya Imam Husain, cucu Muhammad, yang dilakukan oleh masyarakat minangkabau di KotaPariaman. Berikut daftar tabel kunjungan wisatawan ke Kota Pariaman.

1. Daftar Tabel Perkembangan Jumlah Wisatawan di Kota Pariaman

Jumlah Wisatawan	2016	2017	2018	2019	2022
Domestik	2.674.523	2.907.194	3.099.310	3.320.825	3.925.086
Mancanegara	1.146	628	690	1.735	258

Dilihat pada tabel diatas, jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Kota Pariaman setiap tahunnya terus bertambah, namun jumlah kunjungan wisatawan dari mancanegara tidak stabil dan mengingat banyak destinasi wisata yang juga bertambah setiap tahunnya. Maka perlu ditingkatkan kegiatan promosi salah satunya di Pulau Angso Duo.

Kota Pariaman memiliki banyak objek wisata, baik objek wisata alam, buatan dan budaya. Pulau Angso Duo merupakan bagian dari Kawasan Konservasi berdasarkan SK Walikota No. 334/523 Tahun 2010 tentang Kawasan Konservasi Perairan Daerah (KKPD) yang berlokasi di wilayah pesisir dan pulau pulau kecil di Kota Pariaman dengan wilayah meliputi : Pulau Kasiak, Pulau Angso, Pulau Tengah dan Pulau Ujuang dan pusat penangkaran penyu sebagai pusat KKP.



Gambar 1.1 Pulau Angso Duo
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2020)

Konservasi adalah pemanfaatan sumber daya secara bijaksana untuk mempertahankan ketersediaannya secara berkesinambungan, sehingga penggunaan sumber daya tersebut diatur dan dilindungi. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang dimaksud dengan konservasi sumber daya alam adalah pengelolaan sumber daya alam tak terbarui untuk menjamin pemanfaatannya secara bijaksana dan sumber daya alam terbarui untuk menjamin kesinambungan ketersediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas nilai serta keanekaragamannya.

Kawasan konservasi perairan, pesisir, dan pulau-pulau kecil memerlukan pendekatan pengelolaan yang lebih spesifik, antara lain karena terkait dengan dinamika ekosistem perairan yang senantiasa bergerak serta karakteristik biota perairan yang tidak mengenal pemisahan wewenang maupun batas-batas wilayah administrasi pemerintahan. Nuansa keterpaduan tersebut perlu diterapkan sejak tahap perencanaan dan evaluasi mengingat bahwa suatu pengelolaan wilayah pesisir secara terpadu terdiri dari tiga tahap,

yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Berkaitan sebagai kawasan konservasi maka promosi tentang destinasi wisata Pulau Angso Duo juga harus mendapat perhatian. Menurut Daryanto (2011:94), “Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual”.

Peneliti telah melakukan observasi awal pada Juni 2020, bertepatan dengan kegiatan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) selama 6 (enam) bulan penuh di objek wisata tersebut. Peneliti melakukan observasi dengan mewawancari pihak pengelola yaitu Dinas Pariwisata Kota Pariaman pada bagian bidang promosi yaitu ibu Ratna, ada beberapa permasalahan yang didapatkan pada bagian kegiatan promosi Pulau Angso Duo Kota Pariaman. Secara umum permasalahan yang dihadapi adalah dari segi sumber daya manusia yang belum profesional dalam membuat konten iklan dan kendala biaya promosi. Ada beberapa permasalahan yang ditemui pada bagian kegiatan promosi Pulau Angso Duo Kota Pariaman yaitu terkait periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan *direct marketing*.

Permasalahan pertama periklanan (*Advertising*) yaitu terbatasnya bentuk promosi yang hanya pada kegiatan *event* kepariwisataan saja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada informan kunci diketahui bahwa bentuk media promosi yang dibagikan kepada masyarakat berupa brosur, *leaflet* dan buku saku wisata. Pulau Angso duo memiliki akun resmi media sosial *Instagram* yang bernama *wisata_pariaman_laweh*. Akun *Instagram* ini memiliki pengikut sebanyak 1200 orang. Akun *Instagram*

wisata_pariaman_laweh kurang memiliki respon terhadap *followers* seperti tidak adanya balasan terhadap komentar dari *followers* pada setiap unggahan di akun *Instagram* wisata_pariaman_laweh.



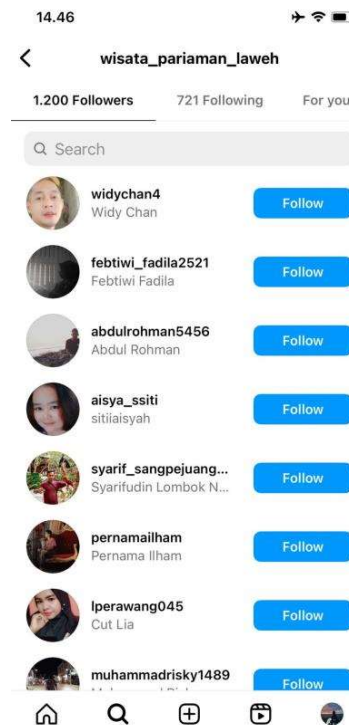
Gambar 1.2 Akun Instagram wisata_pariaman_laweh
Sumber: Akun *Instagram* wisata_pariaman_laweh, 2022

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa kekurangan dalam kegiatan promosi yang dilakukan di media sosial *Instagram* belum cukup meningkatkan kunjungan wisatawan dengan sedikitnya respon pada setiap postingan. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan informan yang menyebutkan bahwa pemandangan di Pulau Angso Duo dapat dijadikan konten untuk promosi bila dikelola dengan orang yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam hal pembuatan konten-konten promosi yang berkualitas.

Permasalahan kedua yaitu penjualan langsung (*Direct Marketing*) yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dengan mengandalkan *event* untuk melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat. Namun *event* yang dibuat bukan memfokuskan Pulau Angso Duo saja. Hal ini tentu sangat disayangkan karena Pulau Angso Duo memiliki daya tarik wisata menarik saat dikunjungi. Dengan menjalin koneksi kerja sama yang baik dengan kominfo untuk menjalankan aplikasi berbasis destinasi wisata, bisa memanfaatkan penjualan langsung yang berbasis aplikasi destinasi wisata objek wisata yang dapat memberikan informasi terkait lokasi, pilihan wahana, biaya masuk objek serta akses lokasi yang dapat mempermudah calon pengunjung untuk mengunjungi objek wisata di Kota pariaman, termasuk Pulau Angso Duo. Hal ini dapat membuat pengguna mendapatkan notifikasi jika ada hal yang baru terbaru mengenai informasi destinasi wisata di Pulau Angso Duo Kota Pariaman.

Permasalahan ketiga adalah promosi penjualan (*Sales Promotion*) belum adanya kerja sama dengan banyak akun *Instagram influencer* untuk meningkatkan promosi. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dan daftar teman yang tertera di *profile Instagram* wisata_pariaman_laweh bahwa belum adanya kerja sama pihak pengelola objek wisata Pulau Angso Duo dengan *influencer* baik dari kalangan lokal maupun nasional yang dapat mendukung promosi objek wisata tersebut. Seperti yang diketahui bahwa jika pihak pengelola melakukan kerja sama dengan *influencer* maka akan memberi dampak baik bagi objek wisata tersebut dalam bidang promosinya, sehingga

akan banyak menarik pengunjung untuk mengunjungi suatu objek wisata. Hal ini sesuai dengan pendapat Rizani (2020), yang menyatakan bahwa *influencer* adalah orang yang sering berperan sebagai pemberi pengaruh karena pandangan, nasehat atau pendapatnya dapat memengaruhi keputusan pembelian.



Gambar 1.3 Tangkapan Layar Belum Adanya Kolaborasi Instagram Wisata Pulsu Angso Duo Dengan Influencer

Sumber: Akun Instagram wisata_pariaman_laweh, 2022

Permasalahan keempat yaitu *public relation* (Hubungan Masyarakat), belum adanya pengelolaan penyebaran informasi seperti penyediaan pusat informasi yang berfungsi melayani pertanyaan mengenai destinasi wisata Pulau Angso Duo. Pusat informasi tersebut dapat membantu wisatawan yang

ingin mengetahui informasi mengenai Pulau Angso Duo. Hal itu dibuktikan oleh ulasan wisatawan di internet, sebagai berikut:



Gambar 1.4 Ulasan Wisatawan
Sumber: Google (2021)

Berdasarkan penjabaran masalah diatas, maka urgensi dalam penelitian ini adalah memberikan sebuah strategi agar promosi melalui media sosial dan media lain dapat berjalan dengan baik untuk menekan biaya promosi yang besar dengan memanfaatkan teknologi dan sarana yang ada. Penemuan masalah ini membuat peneliti ingin meneliti mengenai strategipromosi Pulau Angso Duo dengan melakukan penelitian judul “Strategi Promosi Desrtinasi Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman”.

B. Idenifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penggunaan informasi seperti media sosial tentang objek wisata Pulau Angso Duo masih belum optimal. Bentuk promosi yang sudah dilakukan

oleh Dinas Pariwisata baru sebatas brosur, *leaflet*, dan buku profil yang dibagikan kepada masyarakat pada saat ada kegiatan *event* saja. Namun promosi di media *online* kurang optimal sementara hampir semua orang memiliki akun media sosial.

2. Penjualan langsung (*Direct Marketing*) yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dengan mengandalkan *event* untuk melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat. Namun hanya mengandalkan *event* *gandorah* secara tidak langsung.
3. Belum adanya kolaborasi dengan akun *Instagram influencer* untuk meningkatkan promosi, dapat dilihat dari hasil wawancara dan daftar teman yang tertera di *profile Instagram* wisata_pariaman_laweh dan bahwa belum adanya kerja sama pihak pengelola objek wisata Pulau Angso Duo dengan *influencer* baik dari kalangan lokal maupun nasional yang dapat mendukung pemasaran objek wisata.
4. Belum dimanfaatkannya fasilitas pendukung berupa pusat informasi yang berfungsi melayani pertanyaan mengenai destinasi wisata Pulau Angso Duo.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penulis fokus pada Strategi Promosi Destinasi Wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor- faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan promosi (*Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion* dan *Public Relation*) Pulau Angso Duo Kota Pariaman?
2. Apakah faktor- faktor internal yang menjadi peluang dan ancaman promosi (*Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion* dan *Public Relation*) Pulau Angso Duo Kota Pariaman?
3. Bagaimana Strategi Bauran Promosi Pulau Angso Duo Kota Pariaman yang ditinjau dari indikator promosi yaitu *Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion* dan *Public Relation* Pulau Angso Duo Kota Pariaman?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan yang telah dirumuskan, yaitu:

1. Tujuan Umum

Menganalisis strategi promosi Pulau Angso Duo yang ditinjau dari indikator promosi yaitu *Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion*, dan *Public Relation* di Pulau Angso Duo Kota Pariaman.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan Strategi Promosi destinasi wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman.

- b. Mendeskripsikan faktor internal yang menjadi peluang dan ancaman Strategi Promosi di destinasi wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman.
- c. Mendeskripsikan Strategi Promosi yang ditinjau dari indikator Bauran Promosi yaitu *Advertising*, *Direct Marketing*, *Sales Promotion*, dan *Public Relation* di Pulau Angso Duo Kota Pariaman.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman
Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap dinas terkait untuk meningkatkan promosi destinasi wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman.
2. Bagi Departemen Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi penelitian di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan terkait strategi promosi destinasi wisata Pulau Angso Duo Kota Pariaman.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan penelitian ini menjadi referensi baru serta sebagai sumbangan pikiran dan informasi bagi rekan-rekan mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.
4. Bagi penulis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis serta agar penulis mengetahui masalah-masalah nyata yang terdapat dalam

industri pariwisata agar menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan terhadap teori –teori yang diperoleh saat kuliah.