

**STRATEGI PROMOSI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA LEMBAH
HARAU OLEH DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Calon Penguji Jurusan Pariwisata Perhotelan
Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



Oleh :

**VICKY LORISKA
1306384/2013**

**PROGRAM STUDI DIV MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA LEMBAH
HARAU OLEH DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA
KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

NAMA : VICKY LORISKA
NIM/ BP : 1306384/ 2013
PRODI : D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN : PARIWISATA
FAKULTAS : PARIWISATA DAN PERHOTELAN

Padang, Agustus 2017

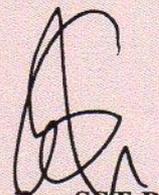
Disetujui Oleh

Pembimbing I,



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

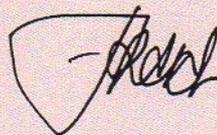
Pembimbing II,



Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par
NIP. 19870520 201504 1001

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang**



Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata
Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan
Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota
Nama : Vicky Loriska
NIM/ BP : 1306384/ 2013
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

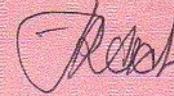
Padang, Agustus 2017

Tim Penguji

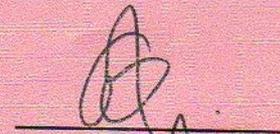
Nama

TandaTangan

Ketua : Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd



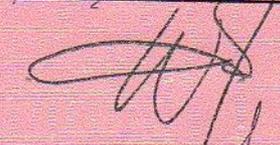
Sekretaris : Pasaribu, SST.Par, M.Si.Par



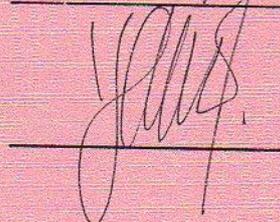
Anggota : Kasmita, S.Pd, M.Si



Waryono, S.Pd, MM.Par



Youmil Abrian, SE, MM





KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vicky Loriska
NIM/ TM : 1306384/ 2013
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

“Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota” adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademik maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi Universitas Negeri Padang maupun masyarakat negara.

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

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP

Dra. Ira Meirina Chair M.Pd
NIP. 19620530 198803 2001

Saya yang menyatakan,

VICKY LORISKA
NIM. 1306384/ 2013

ABSTRAK

Vicky Loriska 2017. “Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota”.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena wisatawan merasa kurangnya kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota sehingga diperlukan adanya strategi dalam kegiatan promosi objek dan daya tarik wisata Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata dengan analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta mendeskripsikan strategi promosi yang dapat dilakukan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yang melibatkan informan, yaitu: empat pegawai Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota yang terdiri dari Kepala Seksi Promosi dan Informasi Pariwisata, Kepala Seksi Kemitraan dan Kerjasama Antar Lembaga, Kepala Seksi Pengembangan dan Pengelolaan Destinasi Wisata, Kepala Bidang Pariwisata, kemudian lima orang wisatawan domestik. Data dianalisis secara reduksi yaitu merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal-hal penting, serta menganalisis data yang diperoleh terhadap masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Kekuatan potensi objek dan daya tarik Lembah Harau yang dapat ditawarkan dan dipromosikan ke wisatawan lokal maupun mancanegara. 2). Kelemahan ialah anggaran pemerintah masih terbatas untuk mengadakan kegiatan promosi, penyebaran brosur yang masih terbatas di tempat tertentu, pemasangan baliho yang masih dikawasan objek dan daya tarik wisata Lembah Harau, dan potensi wisata sangat banyak tetapi promosinya tidak maksimal. 3). Peluang yang dimiliki ialah banyaknya organisasi kepariwisataan yang bisa diikutsertakan dalam kegiatan promosi, Melibatkan generasi muda dalam kegiatan ajang lomba promosi Objek dan daya tarik wisata Lembah Harau. 4). Ancaman yang dimiliki persaingan dengan pihak swasta atau Instansi di Provinsi lain. Strategi promosi objek dan daya tarik wisata Lembah Harau yang dapat dilakukan ialah antara lain: 1) Memaksimalkan promosi melalui media internet, *channel youtube*, media sosial lainnya 2). Memperbanyak kerjasama dengan industri pariwisata. 3) Memperbanyak kegiatan promosi melalui pameran dan event-event pariwisata kabupaten Lima Puluh Kota 4) Melakukan evaluasi dari setiap kegiatan promosi yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota**”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan, UNP.
2. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pariwisata FPP, UNP sekaligus selaku pembimbing satu dalam penyusunan skripsi ini dan Penasehat Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
3. Bapak Pasaribu, S.ST. Par, M.Si. Par selaku pembimbing dua yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
4. Ibu Kasmita, S.Pd, M.Si selaku Penguji satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Waryono, S.Pd, MM.Par selaku Penguji dua yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Youmil Abrian, SE., MM selaku Penguji tiga yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini
7. Seluruh staf pengajar, teknisi dan administrasi pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Proposal Penelitian ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya, penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2017
Penulis

Vicky Loriska
Nim. 1306384

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
TABEL GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Fokus Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	8
1. Objek dan Daya Tarik Wisata	8
2. Promosi	9
3. Faktor yang Mempengaruhi Promosi.....	12
4. Elemen-elemen Promosi	13
5. Strategi Promosi	21
6. Kaitan Objek dan Daya Tarik Wisata dengan Strategi Promosi ...	22
7. Analisis SWOT	23

8. Formulasi Analisis SWOT	25
B. Kerangka Konseptual	28
C. Pertanyaan Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Defenisi Operasional	29
D. Jenis Data dan Sumber Data	30
E. Instrumen Penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	37
1. Temuan Umum	37
2. Temuan Khusus	40
B. Pembahasan	60
1. Analisis Strategi Promosi ODTW Lembah Harau	61
2. Formulasi Strategi Promosi ODTW Lembah Harau	70
3. Perumusan Strategi Promosi ODTW Lembah Harau	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79

LAMPIRAN.....	81
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Lembah Harau 2013-2016	3
Tabel. 2 Matriks SWOT	25
Tabel. 3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel. 4 Penentuan bobot SWOT Media Cetak	62
Tabel. 5 Penentuan bobot SWOT Media Elektronik	64
Tabel. 6 Penentuan bobot SWOT Media Luar Ruang	65
Tabel. 7 Penentuan bobot SWOT Media Lini Bawah.....	66
Tabel. 8 Penentuan bobot SWOT Hubungan Masyarakat	68
Tabel. 9 Penentuan bobot SWOT Pemasaran Langsung	69
Tabel.10 Formulasi strategi promosi ODTW Lembah Harau.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual	28
Gambar 2. Skema Analisis Model Interaksi	36
Gambar 3. Media Cetak Promosi ODTW Lembah Harau	45
Gambar 4. Media Luar Ruang Promosi ODTW Lembah Harau	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
LAMPIRAN 1. Pedoman wawancara penelitian.....	81
LAMPIRAN 2. Hasil rekap wawancara.....	87
LAMPIRAN 3. Dokumentasi.....	121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata Indonesia merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia berkontribusi 4% dari total perekonomian. Data dari *Indonesia Investment* tahun 2019 Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan dua kali lipat menjadi 8% dari PDB dengan mentargetkan dalam waktu empat tahun mendatang jumlah wisatawan ditingkatkan menjadi 20 juta dengan mengembangkan 10 destinasi unggulan seperti: Pulau Weh Aceh, Danau Toba Sumatera Utara, Ngarai Sianok Bukittinggi, Ujung Kulon Banten, Kepulauan Seribu DKI Jakarta, Badung Bali, Gili Trawangan Nusa Tenggara Barat, Togean Sulawesi Tengah, Bunaken Sulawesi Utara, Raja Ampat Papua Barat, Derawan Kalimantan Timur. Dalam rangka mencapai target ini pemerintah juga akan meningkatkan promosi dalam dan luar negeri.

Terkait dengan hal itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 bahwa, “Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk penguasaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut”. Adanya kondisi seperti ini membutuhkan suatu cara untuk pengembangan sektor pariwisata yang baik agar mampu bersaing secara global dengan negara lain dan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga akan berdampak positif untuk pendapatan negara.

Menurut Angipora (2002: 28), “Promosi adalah Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan”. Promosi pariwisata yang dilakukan pemerintah saat ini untuk lokal dalam bentuk Pesona Indonesia dan luar negeri *Wonderful* Indonesia.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mengandalkan pertumbuhan ekonominya dari sektor pariwisata. Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti laut, pantai, danau gunung dan ngarai selain objek wisata budaya. Objek wisata tersebut berada di berbagai kabupaten dan kota. Salah satu objek wisata unggulan Sumatera Barat terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah Lembah Harau, dan berdasarkan wawancara dengan Bapak Iswandi Kepala seksi promosi Dinas Pariwisata menyatakan bahwa Lembah harau merupakan *icon* Kabupaten Lima Puluh Kota

Lembah Harau terletak di Nagari Harau, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Propinsi Sumatera Barat. Objek wisata Lembah Harau mempunyai daya tarik wisata berupa perbukitan dengan dinding batu yang terjal, air terjun, sungai yang mengalir dari air terjun. Objek wisata alam Lembah Harau memiliki 3 resort yaitu Resort Aka Barayun, Resort Sarasah Bunta dan Resort Rimbo Piobang. Resor Aka Barayun merupakan salah satu tempat rekreasi anak dan remaja dengan berbagai jenis daya tarik dan jenis permainan anak.

Di dalam objek wisata ini terdapat Air Terjun Aka Barayun dengan ketinggian antara 70 – 100 m yang dikelilingi dengan bukit batu berupa tebing yang terjal dengan bentuk yang beanekaragam. Di bagian dasar air terjun terdapat kolam yang digunakan sebagai kolam pemandian bagi pengunjung. Lembah Harau merupakan salah satu objek destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara. Hal ini di tunjukkan dari jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata ini. Berikut data kunjungan wisatawan ke Lembah Harau:

**Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan
Objek Wisata Lembah Harau tahun 2013-2016**

NO	Tahun/ Years	Wisnus/ Local Tourist	Wisman/Foreign Tourist
1	2013	220.136	4.470
2	2014	240. 831	3.009
3	2015	232.450	2.480
4	2016	259.995	3.119

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kab 50 Kota, 2017

Berdasarkan data di atas terlihat jumlah kunjungan wisatawan mulai dari 2013-2016 tidak stabil dan terlihat perbedaan wisatawan domestik dan mancanegara. Berdasarkan pra penelitian pada tanggal 16 Februari 2017 yang dikatakan oleh Kepala Seksi Informasi dan Promosi Bapak Iswandi bahwa Objek Wisata Lembah Harau mengalami penurunan kunjungan wisatawan, hal ini terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, seperti kurangnya anggaran dari pemerintah daerah untuk kegiatan promosi karena persentase anggaran untuk promosi hanya 10% dibandingkan dengan

daerah lain seperti sawahlunto yang menargetkan untuk kegiatan promosi 4 kali lipat dari anggaran Kabupaten Lima Puluh Kota, distribusi iklan hanya mencakup lokal area, volume iklan hanya dilakukan setahun sekali, adanya brosur tetapi jumlah terbatas karena kurangnya anggaran dari Pemerintah Daerah. Berdasarkan observasi penulis ke Objek Wisata pemasangan baliho masih dikawasan Lembah Harau. Dilihat dari segi *Direct Marketing* hanya dengan melakukan pameran ketika ada *event-event* tertentu. Melihat dari permasalahan di atas mengingat kawasan Lembah Harau merupakan salah satu destinasi wisata andalan di Kabupaten Lima Puluh Kota, maka penulis merasa sangat perlu mengkaji lebih dalam mengenai strategi promosi wisata dalam meningkatkan kunjungan wisata di objek wisata Lembah Harau.

Menurut Fatimah (2010), merekomendasikan untuk melanjutkan penelitian tentang promosi wisata sehingga penulis ingin meneliti mengenai strategi promosi yang dibuat dalam bentuk Proposal penelitian dengan judul: **“Strategi Promosi Objek Dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau Oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. kurangnya anggaran dari pemerintah daerah untuk kegiatan promosi karena persentase anggaran untuk promosi hanya 10%

dibandingkan dengan daerah lain seperti sawahlunto yang menargetkan untuk kegiatan promosi 4 kali lipat dari anggaran Kabupaten Lima Puluh Kota.

2. Distribusi iklan hanya mencakup lokal area.
3. Volume iklan hanya dilakukan setahun sekali
4. Adanya brosur tetapi jumlahnya terbatas karena kurangnya anggaran dari Pemerintah Daerah.
5. Pemasangan baliho masih dikawasan Lembah Harau.
6. *Direct Marketing* hanya dengan melakukan pameran ketika ada *event-event* tertentu.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari identifikasi masalah di atas, maka peneliti memfokuskan masalah pada Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau di tinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mendeskripsikan strategi promosi objek dan daya tarik wisata Lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan faktor internal dari promosi objek dan daya tarik Wisata Lembah Harau yang dilaksanakan Oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.
- b. Mendeskripsikan faktor eksternal dari promosi objek dan daya tarik wisata Lembah Harau yang dilaksanakan Oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.
- c. Mendeskripsikan strategi promosi objek dan daya tarik wisata lembah Harau oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*.

F. Manfaat Penelitian

1) Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan masukan dalam membuat Strategi Promosi Objek dan Daya Tarik Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota.

2) Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu tentang pariwisata, untuk menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan dan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan.

3) Bagi Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Menambah dan memperkaya penelitian, serta menjadi referensi dalam mata kuliah Pemasaran Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan di universitas Negeri Padang

4) Bagi Peneliti berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam membuat penelitian tentang Strategi Promosi di Objek Wisata lainnya.