

ABSTRAK

Strategi Humas Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Dalam Mempromosikan Wisata Lampung Pantai Sebalang

Oleh

Zazi Cahya Kurnia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam menjalankan promosi, pemanfaatan media yang efektif dalam promosi objek wisata Pantai Sebalang Lampung. Teori menggunakan teori fungsi humas sebagai penyampai informasi dan pemberi informasi terhadap objek wisata Pantai Sebalang Lampung. Metode penelitian teknik wawancara, dokumentasi, dan kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi humas sebagai pencari informasi mengenai Pantai Sebalang yang berkaitan dengan masukan-masukan atau saran yang diberikan oleh masyarakat maupun wisatawan kepada pengelola dianggapi dengan baik dan pihak Dinas Pariwisata Provinsi Lampung. Fungsi humas Dinas Pariwisata dalam mempromosikan obyek wisata Pantai Sebalang Lampung dengan pelaksanaan program, melakukan berbagai aktivitas promosi melalui media, promosi melalui keterlibatan pemerintah daerah serta menggalang dukungan masyarakat. Pengembangan objek wisata berbasis ekonomi kreatif di Pantai Sebalang Lampung merupakan langkah tepat yang diambil oleh pemerintah dengan memprogramkan Pantai Sebalang Lampung sebagai salah satu objek wisata pantai yang indah karena potensi alam yang dimiliki yang alami. Dengan dilakukannya penataan kembali atau pengembangan pada objek wisata Pantai Sebalang Lampung diharapkan agar membuat objek wisata dapat meningkatkan kunjungan wisata.

Kata Kunci : Strategi Humas, Promosi Pantai Sebalang

ABSTRACT

Public Relations Strategy of the Lampung Province Tourism and Creative Economy Office in Promoting Lampung Tourism Sebalang Beach

By

Zazi Cahya Kurnia

This study aims to determine the public relations strategy of the Lampung Province Creative Economy Tourism Office in carrying out promotions, using effective media in promoting Sebalang Beach tourism objects in Lampung. The theory uses the theory of public relations functions as a conduit of information and information on tourism objects in Sebalang Beach, Lampung. The research method is interview technique, documentation, and literature. The results showed that the function of public relations as a seeker of information about Sebalang Beach related to the inputs or suggestions given by the public and tourists to the manager was responded well to the Lampung Provincial Tourism Office. The public relations function of the Tourism Office is in promoting the Sebalang Beach tourism object in Lampung by implementing programs, carrying out various promotional activities through the media, promoting through the involvement of local governments and gathering community support. The development of creative economy-based tourism objects on Sebalang Beach, Lampung is the right step to take by the government by programming Sebalang Beach Lampung as one of the beautiful beach attractions because of its natural potential. With the realignment or development of the Sebalang Beach tourism object, Lampung is expected to make tourism objects able to increase tourist visits.

***Keywords:* Public Relations Strategy, Promotion Sebalang Beach,**