

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Yang Berjudul

**“STRATEGI PROMOSI WISATA BADAN USAHA MILIK DESA GO
INNOVASI UNIT USAHA SWIMMING POOL”**
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bumdes Go Inovasi, Desa Nagara, Kecamatan
Bolangitang Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara)

OLEH

IBNUH VANLI MOKODOMPIT

NIM : 291 414 045

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 08 Juli 2021

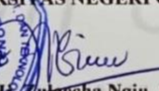
Waktu :

Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. <u>Yumanrava Noho, S.Pd., M.Sc</u> NIP:198806132015042002	1..... 
2. <u>Taufik R. Talalu, S.Pd, M.I.Kom</u> NIP:1999003132019031018	2..... 
3. <u>Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom</u> NIP: 198410082014042001	3..... 
4. <u>Dr Rahmatiah, S.Pd, M.Si</u> NIP: 197511112005012001	4..... 

Gorontalo, 08 Juli 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO




Dr. H. Zuhaccha Ngiu, M.Pd.
NIP: 19670509199803200

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**“STRATEGI PROMOSI WISATA BADAN USAHA MILIK DESA GO
INNOVASI UNIT USAHA SWIMMING POOL”**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Badan Usaha Milik Desa, Go Inovasi, Desa Nagara, Kecamatan Bolangitang Timur, Kabupaten Bolaang Mongondow Utara)

OLEH

IBNUH VANLI MOKODOMPIT

NIM : 291414045

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom
NIP: 198410062014042001

Pembimbing II

Dr Rahmatiah, S.Pd, M.Si
NIP: 197511112005012001

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si
NIP: 197312142003122001

ABSTRAK

Ibnuh Vanli Mokodompit, 2020. *“Strategi Promosi Wisata Badan Usaha Milik Desa Go Inovasi Unit Usaha Swimming Pool”*. (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Bumdes Go Inovasi Desa Nagara, Kec. Bolangitang Timur, Kab. Bolaang Mongondow Utara). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I, Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I, Kom ; dan Pembimbing II, Dr Rahmatiah, S.Pd., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Promosi Wisata Badan Usaha Milik Desa Go Inovasi Unit Usaha Swimming Pool, yang fokus meneliti bagaimana Strategi Promosi yang di jalankan pihak Pengelola Bumdes Go Inovasi Unit Usaha Swimming Pool dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan: (1) Strategi Promosi Wisata Pengelola Bumdes Go Inovasi Unit Usaha Swimming Pool, Melalui tiga tahapan promosi Antara Lain, Tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, dan evaluasi yang memiliki fungsi berbeda-beda. (2) Jenis – Jenis promosi yang digunakan berupa promosi menggunakan media sosial, promosi secara langsung, kerja sama dengan instansi terkait, dan media massa online. (3) Peningkatan jumlah pengunjung, dengan adanya kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh pihak pengelola Bumdes Go Inovasi Unit Usaha Swimming Pool, berhasil meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung.

Kata Kunci : Promosi, Strategi Promosi, Promosi Secara Langsung, Periklanan.

ABSTRACT

Mokodompit, Ibnuh Vanli. 2020. *"Tourism Promotional Strategy of Go Innovation Village-Owned Enterprises for Swimming Pool Business Unit. (A Descriptive Qualitative Study on Go Innovation Village Owned Enterprises in Nagara Village, Bolangitang Timur Sub-district, Bolaang Mongondow Utara Regency).* Undergraduate Thesis of Study Program of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Universitas Negeri Gorontalo. Principal Supervisor: Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd., M.I,Kom. Co-supervisor: Dr. Rahmatiah, S.Pd.,M.Si.

This study focuses on the tourism promotional strategy carried out by Go Innovation Village-Owned Enterprises (BUMDes) for the swimming pool business unit in increasing the number of visitors. Accordingly, this qualitative study employed a descriptive approach. The data collection involved processes, e.g., observation, interview, and documentation.

The results show: (1) three promotion stages of tourism promotion strategy were carried out by the management, among others, planning, implementation, and evaluation which have different functions; (2) the promotion types used were in the form of social media, direct promotions, collaboration with related agencies, and online mass media, and; (3) the promotional activities carried out succeeded in increasing the number of tourists.

Keywords: Promotion, Promotional Strategy, Direct Promotion, Advertising.

