ABSTRAK

Strategi Promosi Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) (Studi Deskriptif Mengenai Startegi Promosi Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) Melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik)

Oleh :
Nama : Rd. Karlina Utami
NIM : 41811053

Skripsi ini dibawah bimbingan :
Melly Maulin P. S.Sos., M.Si

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji mengenai Strategi Promosi Badan Promosi dan Pariwisata (BPPKB) Kota Bandung Melalui Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik. Untuk menjawab strategi tersebut peneliti menggunakan 3 sub fokus yaitu identifikasi *target audiens* yang dipilih, rancangan pesan yang disampaikan dan pemilihan media yang digunakan.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, metode penelitian adalah desktiptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung ke lapangan, dokumentasi, studi pustaka dan internet *searching*. Teknik yang digunakan dalam pemilihan informan adalah menggunakan *purposive sampling* melalui pertimbangan sesuai dengan tujuan penelitan.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) memiliki identifikasi target *audiens* Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) dari semua kalangan baik rentang usia, kondisi ekonomi, dan wisatawan yang berasal dari lokal, domestik juga mancanegara. Rancangan pesan yang disampaikan bersifat informatif dan persuasif, sehingga dapat menarik minat para wisatawan domestik datang ke Bandung untuk menggunakan Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros). Pemilihan media yang digunakan memanfaatkan media sosial seperti *twitter, instagram, facebook*, selain itu terdapat juga media telivisi, dan majalah.

Kesimpulan penelitian ini bahwa strategi promosi Strategi Promosi Badan Promosi dan Pariwisata (BPPKB) Kota Bandung Melalui Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) yang terdiri dari identifikasi target *audiens* yang dipilih, rancangan pesan yang dibuat dan pemilihan media yang dapat menarik minat wisatawan domestik ke Kota Bandung. Hal tersebut terlihat dari antrian yang terjadi untuk mencoba Bandros, daftar reservasi yang *full book*, dan antusiasme wisatawan domestik yang ingin datang ke Kota Bandung mencoba Bandros.

Saran pada penelitian ini untuk Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) adalah Rancangan pesan yang disampaikan di desain dengan membuat bentuk animasi yang digemari anak, remaja maupun orang dewasa untuk menarik perhatian agar tidak monoton hanya berupa teks, media diperbanyak untuk menjangkkau seluruh wisatawan domestik di seluruh Indonesia, menambah armada Bandros dan petugas sebagai admin maupun petugas dilapangan untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan yang ingin berwisata dengan Bandros, dan menyedian ruang khusus untuk para wisatawan menunggu antrian.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Minat Wisatawan, Bandung *Tour On Bus* (Bandros)

ABSTRACT

Promotion Strategy Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) (Descriptive Study Concerning the Promotion Strategy Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) Through Travel Transportation Bandung Tour On Bus (Bandros) In Improving Domestic Travelers Interest)

By:
Name : Rd. Karlina Utami
NIM : 41811053

***This research is under guidance by*:**
Melly Maulin P. S.Sos., M.Si

This research aimed to *assess the Promotion Strategy Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) Through Travel Trasnportation Bandung Tour On Bus (Bandros) to Improving Domestic Travelers Interest. To answer this strategy, researcher use three sub focuses, that are identification of the target audience selected, design of message and selection of media used.*

Research approach is *qualitative and research use descriptive method. Data collection techniques done with interviews and live observations to the field, documentation, literature and internet searcing. Techniques used in the selection of informants is purposive sampling through the consideration in accordance with the purpose of research.*

The results showed *that Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) has identified target audience Travel Transportation Bandung Tour On Bus (Bandros) of all circles both age ranges, economic conditions, and tourists who come from local, domestic also abroad. Design of the message is informative and persuasive, so it can attract domestic tourists visit to Bandung to ride Bandung Tour On Bus (Bandros). Selection of the media used utilizing social media such as twitter, instagram, facebook, media telivtioni, and magazines.*

The conclusion of this research that *promotional strategy Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) Through Travel Transportation Bandung Tour On Bus (Bandros) is inseparable from the identification of the target selected audience, design of message and selection of media that can attract domestic travellers interest to visit Bandung. It is seems from the queue up to try Bandros, full book reservation list, and enthusiasm of domestic travelers who want to visit Bandung and try Bandros.*

Advice of this research *for Bandung Tourism and Promotion Board (BTPB) is design of message delivered in design with creating animation that is popular with children, teenanger and adults to draw attention to avoid monotony only be text, media propagated to reach domestics travelers throughout Indonesia, increase the fleet Bandros and admin personnel as well as field personnel to fill the needs of tourists who want to travel with Bandros, and provide special room for the tourists waiting queue.*

Keyword: Promotion Strategy, Travelers Interest, Bandung Tour On Bus (Bandros)