

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada isi promosi wisata dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya ini dilakukan untuk mengetahui isi pesan atau informasi apa yang disampaikan dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya melalui media promosi yang beragam untuk mewujudkan Surabaya sebagai daerah tujuan wisata.

Untuk menjelaskan penelitian tentang “Analisis Isi Promosi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya” peneliti menggunakan studi/referensi yang berhubungan dengan teori bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place dan promotion. Penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif yang menggunakan analisis isi media promosi dan wawancara mendalam atau *depth interview* sebagai secondary data. Batasan konsep yang dilihat dalam penelitian ini ialah isi media promosi wisata, produk wisata, dan tempat untuk mempromosikan wisata. Unit analisis dan sasaran penelitian adalah dokumen media promosi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya antara lain melalui media cetak yaitu iklan dalam buku pariwisata serta iklan dalam majalah, iklan dalam billboard selanjutnya melalui media internet yaitu iklan dalam internet dan sasaran penelitian Pegawai Kepala Seksi Pembangunan dan Pengembangan Obyek Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya dan Pegawai Seksi Rekreasi Hiburan Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. Teknik analisis data dengan menganalisis konten media promosi melalui media cetak yaitu iklan dalam buku pariwisata serta iklan dalam majalah, iklan dalam billboard dan iklan dalam media internet dan narasi wawancara.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap kegiatan promosi wisata yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya dalam mewujudkan surabaya sebagai daerah tujuan wisata meliputi penerbitan atau publikasi promosi produk obyek dan daya tarik wisata. Tempat untuk mempromosikan melalui buku pariwisata dilakukan di majalah garuda Juli 2009, majalah jalan jalan Juni 2010 vol VI no 05, billboard di Jakarta 2010 dan melalui media internet dengan membuat web site salah satunya www.sparklingsurabaya.com. Isi pesan atau informasi yang disampaikan dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya melalui media promosi yang beragam meliputi tema promosi, isi informasi dalam promosi, macam-macam produk wisata yang ditawarkan dan gambar-gambar visual yang ada dalam media promosi. Media promosi yang digunakan dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya untuk mewujudkan surabaya sebagai daerah tujuan wisata adalah dengan menggunakan media cetak dan media internet. Melalui media cetak yaitu dengan menampilkan iklan produk wisata melalui buku pariwisata, iklan calendar of event surabaya dan iklan festival kebudayaan melalui majalah. Kemudian ada menampilkan iklan produk wisata gedung atau bangunan yang bernilai sejarah melalui billboard. Dan juga menampilkan iklan produk wisata melalui internet.