

Strategi Humas Kawasan Wisata Gunung Galunggung dalam Menarik Kunjungan Wisata

Muhammad Fachry¹, Ch. Herutomo², Dian Bestari³

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

fmhammadkusuma@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata adalah salah satu sumber penghasil negara, di Jawa Barat tepatnya di Kabupaten Tasikmalaya pun mempunyai pariwisata unggulan yakni Kawasan Wisata Gunung Galunggung. Kawasan Wisata Gunung Galunggung yang menempati posisi pertama yang mendapat pengunjung terbanyak dari 12 objek wisata lainnya yang ada di Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pihak Humas Kawasan Wisata Gunung Galunggung dan beberapa wisatawan. Model analisis data Miles dan Huberman yang didalamnya terdiri dari tiga hal, yaitu penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan dan pengujian keabsahan data dilakukan dengan membandingkan sumber data. Analisis data menggunakan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Strategi yang dilakukan oleh Humas Kawasan Wisata Gunung Galunggung ini antara lain menggunakan iklan media cetak dan elektronik, brosur, booklet, kegiatan humas dan lainnya.

Kata Kunci : Strategi Humas, kehumasan, Pariwisata, Analisis SWOT.

¹ Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi/NIM.F1C012052

² Drs. Ch. Herutomo, M.Si. pembimbing satu

³ Dian Bestari S.R. S.IP., M.Si. pembimbing dua

The Public Relations Strategy of Tourism Area of Mt. Galunggung in Attracting the Tourism Visit

Muhammad Fachry⁴, Ch. Herutomo⁵, Dian Bestari⁶

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Jenderal Soedirman

fmuhamadkusuma@gmail.com

ABSTRACT

Tourism is one of the sources of a nation's income. In Tasikmalaya Regency in West Java, there are some best tourism destinations, one of them is the Tourism Area of Mt. Galunggung. The Tourism Area of Mt. Galunggung is on the first place of most visited tourism objects in Tasikmalaya Regency. This study uses the descriptive qualitative method with using observation and in-depth interview for collecting data from the Public Relations Officer of the Tourism Area of Mt. Galunggung and some tourists. The Mies and Huberman analysis model, which consists of three aspects of data display, data reduction and conclusion making, was used in this study. The validity test was conducted by comparing the data source. Data analysis was done by using SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). The strategy of Public Relations Officer of the Tourism Area of Mt. Galunggung is by using printed and electronic advertising, brochure, booklet and other public relations activities.

Keywords: *Public relations strategy, public relations, tourism, SWOT analysis.*

⁴Student of S1 Ilmu Komunikasi/NIM.F1C012052

⁵Drs. Ch. Herutomo, M.Si.

⁶Dian Bestari S.R. S.IP., M.Si.