

ABSTRAK

Strategi komunikasi diperlukan untuk menghasilkan proses komunikasi yang dapat dimengerti oleh pihak penerima informasi dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu organisasi/atau perusahaan harus menyusun strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan kepada objek sasaran dapat dimengerti dengan baik. Penelitian dilakukan untuk menganalisis kinerja Dinas Pariwisata dalam melaksanakan strategi dari Kampung Kreatif khususnya pada aspek komunikasi, dikarenakan masih banyak Kampung yang tidak mengikuti sertakan kegiatan Kampung Kreatif, ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat Kampung tentang apa, tujuan, mengapa serta unsur dari Kampung Kreatif itu sendiri. Maka dari itu skripsi yang peneliti buat berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Membangun Kampung Kreatif”. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang, serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi ini. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, jenis penelitian lapangan dan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi partisipatif, wawancara, serta dokumentasi. Hasil penelitian strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang Menggunakan tahapan strategi komunikasi yaitu: 1. Mengenal khalayak, 2. Menyusun pesan, 3. Metode yang dipakai, 4. Seleksi dan penggunaan media. Hal ini juga tidak terlepas dari adanya faktor pendukung dan faktor penghambat. Dan berdasarkan hasil penelitian strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam membangun Kampung Kreatif sudah dilakukan dengan baik, hanya saja masih terdapat disebagian masyarakat Kampung yang ada di Kecamatan Kota Palembang yang kurang memahami tentang Kampung tentang apa, tujuan, mengapa serta unsur dari Kampung Kreatif sehingga memilih untuk tidak mengikuti kegiatan Kampung Kreatif.

Kata Kunci: *Strategi, komunikasi, Kampung Kreatif*

ABSTRACT

A communication strategy is needed to produce a communication process that can be understood by the recipient of the information in achieving goals. Therefore, the organization/or company must develop an appropriate communication strategy so that the message conveyed to the target object can be understood well. The research was conducted to analyze the performance of the Tourism Department in implementing the strategy of the Creative Village, especially in the communication aspect, because there are still many villages that do not participate in Creative Village activities, this is due to the lack of understanding of the village community about what, the purpose, why and the elements of the Creative Village itself. Therefore, the researcher wrote the thesis entitled "Palembang City Tourism Office communication strategy in building a creative village". The aim of the research is to find out the communication strategy of the Palembang City Tourism Office, as well as to find out the supporting and inhibiting factors in implementing this communication strategy. The research method used is qualitative with a descriptive approach, field research type and data collection techniques using participant observation, interviews and documentation. Results of research on the communication strategy of the Palembang City Tourism Office. Using communication strategy stages, namely: 1. Getting to know the audience, 2. Developing messages, 3. Methods used, 4. Selection and use of media. This is also inseparable from the existence of supporting and inhibiting factors. And based on the results of research, the communication strategy of the Palembang City Tourism Office in building a Creative Village has been carried out well, but there are still some village communities in the Palembang City District who do not understand what a village is about, the purpose, why and the elements of a Creative Village so they choose not to take part in Creative Village activities.

Keywords: strategy, communication, creative village