

LAPORAN AKHIR
SKEMA PENELITIAN STRATEGI NASIONAL INSTITUSI



IDENTIFIKASI DIMENSI DOMINAN MEMORABLE TOURISM EXPERIENCE
UNTUK PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI
OBJEK WISATA KOTA PADANG
(TAHUN 2)

TIM PENELITIAN

AFIFAH, S.E., M.SI.,	NIDN 0007018002
DR. YOSI SURYANI, S.E.,M.SI	NIDN 0001117506
RANTI K.D. SS, M.Par, MGATH	NIDN 0008098501

POLITEKNIK NEGERI PADANG
NOVEMBER 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : IDENTIFIKASI DIMENSI DOMINAN MEMORABLE
TOURISM EXPERIENCE UNTUK PENGEMBANGAN
STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA KOTA
PADANG

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : AFIFAH, S.E., M.Si
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Padang
NIDN : 0007018002
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Administrasi Bisnis
Nomor HP : 081363441570
Alamat surel (e-mail) : afifahdgtawero@yahoo.com

Anggota (1)
Nama Lengkap : Dr YOSI SURYANI S.E., M.Si
NIDN : 0001117506
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Padang

Anggota (2)
Nama Lengkap : RANTI KOMALA DEWI S.S., M.Par
NIDN : 0008098501
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Padang

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : PT Setia Darma Wisata Tour And Travel
Alamat : Jl. Raya Kuranji Belimbing RT 02 RW 02 Padang
Penanggung Jawab : Yayan Setiadi, AMd Par
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 10,0.0,00.,000
Biaya Keseluruhan : Rp 15,6.2,50.,000

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

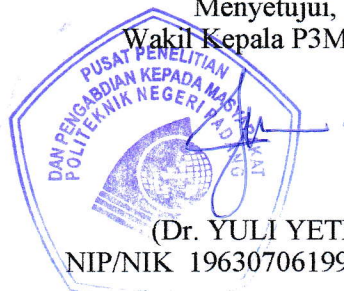
(Dr. PRIMADONA, SE., M.Si)
NIP/NIK 19750107 200312 2002

Kota Padang, 13 - 11 - 2018

Ketua,

(AFIFAH, S.E., M.Si)
NIP/NIK 198001072005012002

Menyetujui,
Wakil Kepala P3M PNP



(Dr. YULI YETRI)
NIP/NIK 1963070619990032002

RINGKASAN

Kegiatan promosi menjadi bahagian terpenting dalam kegiatan pemasaran objek wisata termasuk objek wisata di Kota Padang. Dalam kegiatan promosi dibutuhkan bahan promosi yang diaplikasikan dalam media kertas atau elektronik. Permasalahan yang ditemui pada kegiatan promosi objek wisata Kota Padang terutama dalam hal penggunaan bahan promosi, banyak yang belum menguji apakah bahan promosi tersebut sudah efektif sebagai media penyampaian pesan. Hal inilah yang menjadi fokus kegiatan pada penelitian tahun kedua ini. Efektifitas bahan promosi dilihat dari aspek empati, persuasive, dampak dan gaya komunikasi. Pada penelitian ini dilakukan pengujian bahan promosi yang digunakan oleh pengusaha *tour and travel* berbentuk brosur dan *website* serta bahan promosi milik pemerintah daerah Kota Padang berbentuk instagram. Hasilnya dari ketiga bahan promosi tersebut belum ada yang mencapai kualitas sangat efektif. Bahan promosi yang dinilai cukup efektif adalah website dan instagram sedangkan brosur menjadi bahan promosi yang paling tidak efektif. Untuk itu dilakukan revisi terhadap konten brosur dengan menambahkan informasi pengalaman yang paling berkesan dari pengunjung atau turis ketika berkunjung ke objek wisata Kota Padang. Unsur pengalaman yang ditambahkan adalah: (1) perasaan yang menyenangkan, (2) mendapat pengalaman baru, (3) pengalaman yang bermanfaat dan (4) terlibat dalam aktivitas di objek wisata. Unsur pengalaman ini merupakan hasil temuan penelitian tahun pertama. Brosur yang direvisi tersebut kemudian diuji kembali efektifitasnya, hasilnya kualitas konten dan tampilan brosur menjadi efektif sebagai media penyampaian pesan. Kegiatan lain dari penelitian ini adalah menyediakan bahan promosi yang efektif berbentuk *street sign* yang ditempatkan di kawasan wisata milik pemerintah daerah Kota Padang. Dari rangkaian kegiatan penelitian tahun pertama dan kedua dapat disusun pengembangan strategi promosi untuk objek wisata Kota Padang.

Kata-kata Kunci: efektifitas, bahan promosi, Kota Padang