

## Isi informasi dalam media dan pesan iklan promosi pariwisata Indonesia keluar negeri (Studi kasus pada dua majalah promosi pariwisata Indonesia di Jakarta)

Yuswil Iswantara Karim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286245&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pariwisata merupakan bidang pembangunan yang mempunyai arti penting bagi perekonomian negara maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu pada PELITA IV dewasa ini pengembangan pariwisata terus ditingkatkan agar semakin berperan sebagai sumber penerimaan devisa negara yang ditargetkan bisa mencapai kedudukan kedua setelah migas, sarana untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha serta meningkatkan kecintaan terhadap alam dan kebudayaan Indonesia terutama dikalangan generasi muda.

Agar tujuan pengembangan pariwisata diatas dapat terlaksana maka salah satu cara yang ditempuh adalah dilakukan dengan cara meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing. Untuk itulah diperlukan kegiatan promosi yang semakin meningkat. Salah satu jenis promosi yang dilakukan adalah melalui periklanan di media cetak/majalah. Dimana periklanan dalam hal ini mempunyai fungsi sebagai sarana penyampaian informasi, persuasi serta menumbuhkan citra pariwisata Indonesia dikalangan wisatawan asing.

Sejalan dengan kegiatan promosi melalui periklanan ini dalam skripsi ini penulis bermaksud untuk mengetahui bagaimana cara penyampaian informasi yang terdapat dalam media dan pesan iklan. Pemilihan media cetak sebagai obyek penelitian karena media ini bersifat praktis, mudah didapatkan wisatawan dan mempunyai kualitas reproduksi pesan yang memadai. Metode penelitian yang diterapkan adalah melalui analisa isi informasi dalam media dan pesan iklan yang digolongkan kedalam dua kategori, yakni informasi tentang DTW/Obyek wisata dan informasi tentang industri pariwisata.

Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa informasi yang terdapat dalam media cenderung berimbang antara informasi tentang DTW/Obyek wisata dengan informasi mengenai kegiatan industri pariwisata. Sedangkan dalam pesan iklan ternyata sangat didominasi oleh informasi tentang kegiatan industri pariwisata.