

INTISARI

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk membahas profil DISPORAPAR Kabupaten Cilacap dan media promosi wisata yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Cilacap. Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data tugas akhir ini adalah dengan melakukan observasi dan *interview* selama pelaksanaan praktik kerja lapangan yang berlangsung selama kurang lebih 2 bulan dari 20 Januari sampai 27 Maret 2020 di DISPORAPAR Kabupaten Cilacap. Data diperoleh dari *interview* dengan kepala seksi bidang pemasaran pariwisata dan beberapa studi pustaka dan jurnal yang membahas tentang media promosi pariwisata. Data yang telah dikumpulkan dari *interview* dan studi pustaka kemudian dianalisa dan ditranskripsikan ke dalam bentuk tulisan. Pembahasan tugas akhir ini dideskripsikan menggunakan Bahasa Inggris dengan dukungan gambar, tabel, dan penjelasan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, DISPORAPAR Kabupaten Cilacap menggunakan media konvensional dan non-konvensional dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Cilacap. Penjelasan mengenai media-media yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Cilacap akan dibahas bersamaan dengan teori dari beberapa jurnal yang mendukung tulisan ini. Kesimpulan yang didapat adalah media promosi yang paling sering digunakan oleh DISPORAPAR untuk mempromosikan wisata di Kabupaten Cilacap adalah media sosial.

Kata Kunci: DISPORAPAR Kabupaten Cilacap, Media Promosi, Pariwisata

ABSTRACT

The purpose of this final paper project is to discuss the profile of DISPORAPAR Cilacap Regency and tourism promotion media used by DISPORAPAR to promote tourism in Cilacap Regency. The methods used by the author in collecting data for this final paper were observations and interviews during the internship at DISPORAPAR Cilacap regency which was conducted for two months from 20th January to 27th March 2020. The data was obtained from observations, interviews with the Head of Tourism Marketing Section and several study library and journals which discuss the tourism promotion media. The data that had been collected were analyzed and transcribed into written form. This final paper discussion is described using English and equipped with pictures, tables, and explanations. Based on the observations made by the writer, DISPORAPAR Cilacap Regency uses conventional and non-conventional media in promoting tourism in Cilacap Regency. An explanation of the media used in promoting tourism in Cilacap Regency will be discussed along with theories from several journals that support this paper. The conclusion obtained is that the promotional media most often used by DISPORAPAR to promote tourism in Cilacap Regency is social media.

Keywords: DISPORAPAR Cilacap Regency, Media Promotion, Tourism