

NOMOR DAFTAR FPIPS : 4493/UN40.A2.8/ PT/2023

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN PROMOS PARIWISATA PASCA PANDEMI
MELALUI EVENT DI KABUPATEN BOGOR**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana
Pariwisata
pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata**



Disusun Oleh:

Inayatul Muharromah

1908225

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

KOTA BANDUNG

2023

LEMBAR HAK CIPTA

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA PASCA PANDEMI
MELALUI EVENT DI KABUPATEN BOGOR**

Oleh

Inayatul Muharromah

1908225

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Universitas Pendidikan Indonesia

© Inayatul Muharromah, 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA PASCA PANDEMI MELALUI
EVENT DI KABUPATEN BOGOR**

Skripsi ini disetujui dan disahkan
Oleh:

Pembimbing I



Dr. Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM
NIP. 19810916 200812 2 002

Pembimbing II



Fajar Nugraha Asyvalidda M. Pd
NIP. 19920215 201903 1 018

**Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata**



Taufik Abdullah, S.E., M.M.Par.,Ph.D.
NIP.19851024 201404 1 001

**Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis**



Inayatul Muharromah
NIM. 1908225

ABSTRAK

Inayatul Muharromah, 1908225, “Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Promosi Pariwisata Pasca Pandemi Melalui Event di Kabupaten Bogor”, di bawah bimbingan Ibu Dr. Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM dan Bapak Fajar Nugraha Asyahidda, M. Pd.

Pandemi COVID-19 yang memberikan dampak cukup signifikan diberbagai aspek tidak terkecuali sektor pariwisata yang mengalami kemerosotan akibat kebijakan pemberlakuan PSBB, dengan demikian mempengaruhi jumlah kunjungan atas dasar tersebut membuat sektor pariwisata mengalami kelumpuhan meski demikian pada tahun 2021-2022 gelombang pandemi menunjukkan pemulihan hal ini menjadi pertanda baik untuk berbagai sektor kembali tumbuh dan pulih setelah pandemi sebagaimana sektor pariwisata yang secara perlahan berangsur pulih. Tentunya dalam mendukung pemulihan diperlukan dukungan dari semua pihak khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, sebagaimana disini Disbudpar Kabupaten Bogor yang mendukung pemulihan pasca pandemi melalui strategi promosi event di Kab. Bogor hal ini dimaksudkan untuk mendukung pemulihan pascapandemi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan promosi pariwisata pasca pandemi melalui event di Kabupaten Bogor. Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dimana data berdasarkan informasi yang dihimpun dari Datinfo Disbudpar serta observasi lapangan dan wawancara. Hasil diperoleh menunjukkan bahwasanya pariwisata cukup berkembang signifikan pada wisata yang ada di wilayah sekitar Kabupaten Bogor hal ini diinisiasi oleh melalui strategi pariwisata melalui event yang diselenggarakan oleh disbudpar untuk mendorong angka kunjungan wisatawan melalui strategi yang diperoleh dari teori dan praktik sosial. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya strategi promosi event memberikan dampak positif bagi Kabupaten Bogor halnya menumbuhkan citra yang baik, *branding awarness* akan berbagai wisata yang ada di Kabupaten Bogor juga berdampak positif bagi masyarakat lokal baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun budaya.

Kata kunci: Pandemi, Sektor Pariwisata, Pemulihan, Disbudpar, Strategi Promosi Event

ABSTRACT

Inayatul Muharromah, 1908225, “Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Promosi Pariwisata Pasca Pandemi Melalui Event di Kabupaten Bogor”, under the guidance of Ms. Dr. Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM dan Mr. Fajar Nugraha Asyahidha, M. Pd.

The COVID-19 pandemic which has had a significant impact on various aspects is no exception to the tourism sector which has experienced a decline due to the implementation of the PSBB policy, thus affecting the number of visits on this basis making the tourism sector experience paralysis, however in 2021-2022 the pandemic wave showed a recovery, this is a good sign for various sectors to grow and recover after the pandemic as the tourism sector is slowly recovering. Of course, in supporting recovery, support is needed from all parties, especially the Department of Culture and Tourism, as here the Bogor Regency Disbudpar supports post-pandemic recovery through event promotion strategies in Bogor Regency, this is intended to support post-pandemic recovery. Therefore, the purpose of this study is to determine and describe the strategy of the Culture and Tourism Office in developing post-pandemic tourism promotion through events in Bogor Regency. The research method used in this research is a descriptive qualitative approach, where data is based on information collected from Datinfo Disbudpar as well as field observations and interviews. The results obtained show that tourism has developed significantly in the tourism in the area around Bogor Regency, this was initiated by a tourism strategy through events organized by Disbudpar to encourage tourist visits through strategies obtained from theory and social practice. The results of this study indicate that the event promotion strategy has a positive impact on Bogor Regency as well as fostering a good image, branding awareness of the various tours in Bogor Regency also has a positive impact on local communities both in terms of economic, social, and cultural.

Keywords: Pandemic, Tourism Sector, Recovery, Disbudpar, Event Promotion Strategy

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Industri Pariwisata Pasca Pandemi.....	10
2.2 Strategi Pengembangan Pariwisata.....	12
2.3 Strategi Promosi Event Pariwisata.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Lokasi Penelitian dan Partisipan Penelitian.....	20
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	20
3.2.2 Gambaran Umum	21
3.2.3 Profil Lembaga.....	24
3.2.4 Partisipan Penelitian.....	26
3.2.5 Profil Narasumber	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Etika Penelitian.....	29
3.5 Analisis Data	30

3.6 Validitas Data.....	31
3.7 Refleksi Diri.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Kondisi Industri Pariwisata Pasca Pandemi	33
4.2 Strategi Peningkatan Industri Pariwisata Pasca Pandemi.....	36
4.3 Implementasi Promosi Event	44
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Implikasi	50
5.3 Rekomendasi dan Keterbatasan Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Bogor	24
Gambar 4.2 Logo Lembaga	24
Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi	26
Gambar 4.4 poster undangan event lomba desa wisata	57
Gambar 4.5 poster undangan event forum komunikasi pariwisata	57
Gambar 4.6 postingan instagram terkait perwakilan Kab. Bogor sebagai Putri Otonomi Indonesia yang memenangkan empat pilar kebangsaan	58
Gambar 4.7 postingan instagram terkait pelepasan Putri Otonomi Daerah Kab. Bogor untuk Putri Otonomi Indonesia	58
Gambar 4.8 poster undangan event festival ekraf	59
Gambar 4.9 akun instagram resmi Putri Otonomi Indonesia APKASI	60
Gambar 4.10 akun instagram resmi Putri Otonomi Indonesia	60
Gambar 4.11 akun instagram resmi Disbudpar Kab. Bogor	61
Gambar 4.12 akun instagram resmi tiktok Pesona Kabupaten Bogor	61
Gambar 4.13 akun instagram resmi Pesona Kabupaten Bogor	61
Gambar 4.14 akun instagram resmi event Mojang Jajaka Kab. Bogor	62
Gambar 4.15 akun instagram resmi Enjoy Bogor	62
Gambar 4.16 web resmi Disbudpar Kab. Bogor	63
Gambar 4.17 web resmi Kabupaten Bogor	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Strategi Kebijakan.....	3
Tabel 4.1 Profil Narasumber.....	27
Tabel 4.2 Jumlah Wisatawan.....	33
Tabel 4.3 Rekap Jumlah Kunjungan Wisatawan DISBUDPAR Tahun 202234	34
Tabel 4. 4 Tabel Kunjungan Event Kabupaten Bogor.....	48

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kholik, Aisyah Nurul Ramadhani, Axel Patuananggi, & Achmad Aryo C. Wibowo. (2021). SPECIAL EVENT MANAGEMENT : IMPLEMENTASI PENYELENGGARAAN EVENT DI SEKTOR SOSIAL, PENDIDIKAN DAN BISNIS. *JURNAL BRITISH*, 1(2), 1–10.
- Ade Arqam Hidayat. (2022). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Wates Jaya di Kampung Lengkong, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat . *Destinesia Jurnal Hospitaliti & Pariwisata*, 3(2), 93–101.
- Agung Gde Tjokorda, & Ardana Komang. (2019). The Role of Event Management in Promoting Tourism. *Nternational Journal of Scientific Research and Management*, 7(06), 172–178.
- Agung Nugroho, A., & Harrison, A. (2021). *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Jakarta*.
- Ahmad, F., & Dunggio, S. (2022). *Peran Dinas Pariwisata Kota Gorontalo Dalam pengembangan Pariwisata Dimasa Pandemi Covid-19 The Role Of The Gorontalo City Tourism Office In The Development Of Tourism During The Covid-19 Pandemic*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59713/projip.v1i1.39>
- Ardianti, F. (2020). EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA MALASARI, KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR The Effectiveness of Instagram as a Promotion Media of Malasari Tourism Village, Nanggung, Bogor District. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(6), 796–809. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v4i6.739>
- Arlt, W. , Beckmann, J. , & & Wörndl, M. (2020). Corona crisis and tourism: pathways to recovery and transformation. . *Journal of Tourism Futures*.
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (n.d.). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Buhalis, D. , & Costa, C. (2021). Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. . In *The Routledge Handbook of Transport Economics* (pp. 129–147).
- Carrelina Zhafir Almansuri, & Muhammad Iqbal Katik Rajoendah. (2022). *Strategi Promosi Event oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Empirical Paper*. 11(1).
- Chen et al. (2020). Event An Integrative Framework. *Event Marketing and Relationship Marketing*.

- D. A. P., & R. Suryandari. (2020). Pemberdayaan Pariwisata Berbasis Masyarakat dalam Menghadapi New Normal di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 21–29.
- Denata Sari, W. (2020). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta Widya Denata Sari. In *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & MICE* (Vol. 1, Issue 1).
- Dewi Yanti. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba . *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya* , 11(1), 16–26.
- Dr. Jumadi, SE. , M. (2020). *pariwisata indonesia pasca covid 19 dan strategi new normal* .
- Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, S. I. P. , M. A. , M. B. A. (2021). PENGEMBANGAN PARIWISATA KHUSUS (NICHE TOURISM) MELALUI PENYELENGGARAAN EVENT KEBUGARAN (WELLNESS TOURISM) DI UBUD Studi Kasus Bali Spirit Festival 2019. *Jurnal Tourism* , 4(01), 1–13.
- Dwi Saraswati, H., & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif . *Humanika* , 21(1), 33–54.
- Farid, M., Dan, W., & Mutmainah², S. (n.d.). *PROMOSI EVENT WISATA TAHUNAN DAN MINAT PARTISIPASI MASYARAKAT KOTA SURAKARTA ANNUAL EVENT TOURISM PROMOTION AND PARTICIPATION INTERESTS OF SURAKARTA CITIZENS*.
- Fariz Ismail, F., & Setyo Iriani, S. (n.d.-a). PENGARUH EVENT PARIWISATA DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Fariz Ismail, F., & Setyo Iriani, S. (n.d.-b). PENGARUH EVENT PARIWISATA DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Gössling, S. , Scott, D. , & & Hall, C. M. (2020). Tourism and water: Interactions, impacts and challenges. . *Channel View Publications*.
- Hardianto, W. T., Emelia, E., & Chornelia W, R. M. (2021). Strategi Pengelolaan Pariwisata di Masa Covid-19 (Studi di Wisata Taman Dolan, Desa Pandanrejo, Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v5i1.3144>
- Hironimus Rama. (2023, February 6). *Kawasan Puncak Jadi Primadona, 10 Juta Wisatawan Ditargetkan Kunjungi Kabupaten Bogor Tahun 2023* . <https://Wartakota.Tribunnews.Com/>.

- Hossain, M. S. , Bhuiyan, M. M. H. , & Mashrekur Rahman, M. (2021). Covid-19 pandemic and its impact on tourism industry in Bangladesh: a study on the perceptions of the stakeholders. . *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1–18.
- Ifit Novita Sari, Lilla Puji Lestari, & Dedy Wijaya Kusuma. (2022). *Penyusunan Proposal Penelitian Kualitatif : Vol. II* (S. AP. , M. S. Dr. Hayat, Ed.; No. 303/JTI/2021). Unisma Press .
- Itamar Samsu Alam, H. A. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 91–108.
- Kang, S. , Kim, D. , & Yoon, Y. (2021). Korean Tourism in the Post-COVID-19 Era: Strategies for Sustainable Growth. . *Journal of Sustainability*, 13(2), 797.
- Kim et al. (2020). The Mediating Roles of Brand Experience and Brand Attitude. *The Impact of Event Marketing on Brand Equity*, 63(2).
- Laksono Agung, & Eriyatno. (2019). Festival as a Means of Promoting Tourism Destination. *International Journal of Scientific Research and Management*, 7(04), 166–171.
- La Tarifu. (2022). Promosi Pariwisata Internasional Wakatobi : Suatu Strategi Pemerintah Daerah. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 155–165. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.55>
- Latianingsih, N., Mariam, I., Winarni Susyanti, D., Syarweni, N., Administrasi Niaga, J., & Negeri Jakarta Kampus Jl, P. U. (2020). *MODEL DESA WISATA KAMPUNG SAWAH BERBASIS KOPERASI KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BOGOR*. 6(2).
- Le, D., Scott, N., & Wang, Y. (2021). Impact of prior knowledge and psychological distance on tourist imagination of a promoted tourism event. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 101–111. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.09.001>
- Liburd, J. J., & Edwards, D. (2010). *Understanding the sustainable development of tourism*. Goodfellow.
- MDD Maharani, Marlinda Irwanti Poernomo, & Nurwiyoto. (2022). MODEL DESA WISATA KAMPUNG SAWAH BERBASIS KOPERASI KECAMATAN CISARUA KABUPATEN BOGOR. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, 1(2), 34–35.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif . *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* , 12(3), 145–151.
- Nadia Amalia, & Ruslyandi. (2023). Kebijakan PengembanganPariwisata Melalui Ajang Mojang Jajaka Sebagai Duta Pariwisata. *Jurnal Governansi* , 8(1), 72–80.
- Ochieng Kaikara. (2020). Tourism Development Strategy. *International Journal Papier Public Review*, 1(ISSN: 2709-023X), 20–25.

- Poerwandari, E. K. (2007). Pendekatan Kualitatif Dalam penelitian Psikologi. *Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran Dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.*
- Portal Resmi Kabupaten Bogor. (n.d.). *Gambaran Umum Kabupaten Bogor*. Portal Resmi Kabupaten Bogor.
- Pranando, Y. H. (n.d.). *Strategi Pengembangan Pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Solok*. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v3i1>
- Qian Xu, Liping Cai, & James Petrick. (2021). “Designing post-pandemic tourism: a transformative value co-creation perspective.” *Journal of Sustainable Tourism*,.
- Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* , 17(33), 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saputra, R. M. , & Andriani, R. (2021). Inovasi dalam Pengembangan Event Pariwisata Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(2), 185–195.
- Shone &, & Perry. (2000). *Definisi Event : Dasar-Dasar Public Relations*.
- Singh, B. , & Misra, S. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Industry: An Overview of the Current Scenario. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(9), 4049–4056.
- Srisetia Ningrum, Moh. Agus Salim Monoarfa, & Andi Juanna. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Di Pantai Botutonuo . *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS* , 6(1), 225–241.
- Sugita, W., Made, I., & Wisnawa, B. (2021). *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia (Sugita & Wisnawa, halaman (Vol. 5, Issue 1).*
- T. Noviana, & M. Zaim. (2021). Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(1), 12–20.
- Trisna, K., & Arcana, P. (2014). IMPLEMENTASI KONSEP “SUSTAINABLE EVENT MANAGEMENT” DALAM PENGELOLAAN KEGIATAN MICE DI KAWASAN WISATA NUSA DUA, BALI. In *JUMPA* (Vol. 01).
- UNWTO. (2020). *Tourism in the age of COVID-19: An opportunity to reassess and rethink destination management*.
- Widya Denata Sari, & Amirudin, S. E. , M. (2020). Kegiatan Promosi Pada Event Bogor Wonderful Golf 2019 oleh DISBUDPAR Kabupaten Bogor . *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis & MICE*, 1(1), 1–7.

Wisnawa, IMB. , Prayogi PA., & Sutapa IK. (2021). Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan Yogyakarta . *Manajemen Pemasaran Pariwisata* , 5(1), 30–50.

Yildirim, K. , & & Firat, A. A. (2017). Event tourism and its potential contribution to sustainable tourism development in Istanbul. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing* , 3(2), 22–29.