

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul **“AKTIVITAS BIDANG KOMUNIKASI KEMENTERIAN PARIWISATA INDONESIA DALAM UPAYA BRANDING “THE KALDERA” SEBAGAI DESTINASI PRIORITAS BARU”** ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Pemagang menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pemagang mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada :

- 1) Dr. Edwin Martua Bangun Tambunan, S.IP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Universitas Pelita Harapan yang juga telah menjadi Pembimbing Akademik selama Pemagang berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan juga selaku Dosen Pembimbing tugas akhir dari Pemagang yang telah sabar membimbing dari awal penulisan sampai akhir.
- 3) Johanes Herlijanto, S.S., M.Si., Ph.D selaku Ketua Penguji, Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si, dan Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si, selaku

Anggota serta Fransisca K. Endah P., S.E. selaku Sekretaris sidang yang telah membantu Pemegang selama proses sidang dari awal hingga selesai.

- 4) Seluruh dosen dan *staff* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, yang telah membantu Pemegang selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir.
- 5) Keluarga yang Pemegang cintai telah senantiasa selalu mendukung dan mendoakan Pemegang agar Tugas Akhir ini dapat dikerjakan dengan lancar.
- 6) Arief Yahya selaku Menteri Pariwisata yang telah memberikan kesempatan bagi Pemegang melakukan Tugas Akhir Magang di Kementerian Pariwisata.
- 7) Seluruh rekan kerja dari Kementerian Pariwisata, terutama Staf dari Staf Khusus bidang Komunikasi yaitu kepada Sindy Setiawati dan Devin Cahya Triansya yang telah berkenan membimbing, membantu dan memberikan banyak ilmu-ilmu mengenai pemasaran dan branding destinasi.
- 8) Seluruh Supervisor Pemegang yaitu kepada (Muh Noer Sadono, Fachrul Rozi dan Ali) yang setia membina Pemegang pada saat melakukan Tugas Akhir Magang.
- 9) Seluruh rekan kerja di lantai 15 dari Kementerian Pariwisata yang tidak bisa disebut satu per satu.
- 10) Kepala Bagian Kepegawaian dan Staf Kepegawaian yaitu kepada Adi Winarso dan Nur yang telah menerima Pemegang masuk ke Kementerian Pariwisata.

- 11) David Hendrawan selaku pasangan Pemagang yang senantiasa mendengarkan keluh kesah Pemagang selama menjalankan kerja magang, mendoakan dan membantu Pemagang ketika proses penulisan Tugas Akhir.
- 12) Holy Trinity (Yosephine Paskalia dan Gracensia Chika) yang senantiasa telah menemani, mendoakan dan membantu Pemagang selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan juga bersama-sama berjuang dalam penulisan Tugas Akhir ini.
- 13) Gandhians (Vania Tarunasastra, Nirnanjan Bharvani) yang merupakan sahabat setia Pemagang sejak bersekolah dan selalu siap sedia ketika Pemagang merasa kesusahan dalam praktek kerja magang dan juga Tugas Akhir.
- 14) Lincoln Squad (Stephanie Adelline Ignatia, Givenlie Jeviro, Ryo Ticowalu, Christian Latif, Yosephine Paskalia dan Aldo Alfandi) yang merupakan sahabat Pemagang untuk berbagi keluh kesah dan telah senantiasa berbagi waktunya untuk mengerjakan Tugas Akhir Magang setiap saat.
- 15) Teman satu bimbingan yaitu kepada Agatha yang bersama menjalani Tugas Akhir dan senantiasa membantu rekan bimbingannya dalam proses penulisan Tugas Akhir.
- 16) Orangtua Yosephine Paskalia yang peduli terhadap Pemagang dan selalu memberikan dukungan serta doa bagi Pemagang.
- 17) Seluruh senior dan teman perkuliahan Pemagang di UPH yang tidak dapat disebut satu per satu.

Akhir kata, Pemegang menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Pemegang. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Magang	6
1.3. Ruang Lingkup dan Batasan	7
1.4. Lokasi dan Waktu Magang	7
1.5 Alasan memilih Kementerian Pariwisata Indonesia.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. <i>Public Relations</i>	10
2.2. Pengertian Humas Pemerintah	22
2.3. Hubungan antara <i>Public Relations</i> dengan <i>Media Relations</i>	28
2.4. <i>Media Relations</i>	29
2.5. Aktivitas <i>Media Relations</i>	32
2.6 Pengertian Media Online.....	35
2.7 Branding Destinasi.....	37
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG	
3.1. Sejarah Perusahaan	41
3.2. Visi dan Misi Perusahaan	42
3.3. Motto dan Lambang	46
3.4. Struktur Organisasi.....	49
3.5. Tugas dan Fungsi Kementerian Pariwisata	52
3.6 Deskripsi Pekerjaan Magang.....	54
3.7 Kegiatan Lingkup Administrasi.....	54
3.8 Kegiatan Lingkup Operasional.....	55
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	
4.1. Uraian Hasil Magang	57
4.1.1. Uraian Hasil Magang dalam Lingkup Administrasi	57
4.1.2. Uraian Hasil Magang dalam Lingkup Operasional	68
4.2. Pembahasan	78
4.2.1. Penerapan Humas Pemerintah Kementerian Pariwisata.....	78
4.2.2. Aktivitas <i>Media Relations</i> Kementerian Pariwisata.....	80
4.2.3. Penerapan Media Online Kementerian Pariwisata	81

4.2.4. Penerapan Branding Destinasi di dalam Kementerian Pariwisata	83
--	----

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Saran	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktisi.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

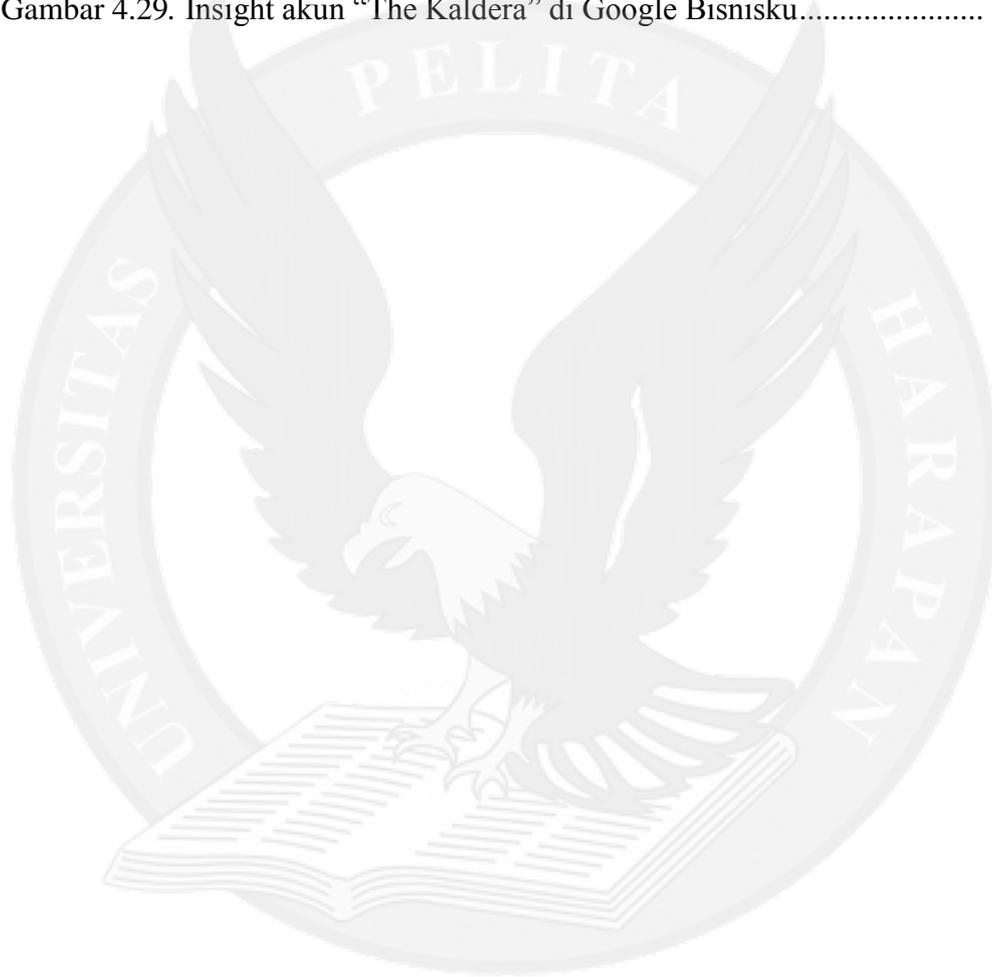
CURRICULUM VITAE



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Arus Komunikasi <i>Media Relations</i>	30
Gambar 3.3.1. Logo Wonderful Indonesia	46
Gambar 3.3.2. Logo Pesona Indonesia untuk dalam negeri.....	47
Gambar 3.4.1. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata, Sekretariat Kementerian	49
Gambar 3.4.2. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata, Deputi bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan	50
Gambar 3.4.3. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata, Asisten Deputi Strategi dan Komunikasi Pemasaran I	50
Gambar 4.1. Pengiriman <i>e-mail</i> yang mewakilkan Pimpinan kepada panitia APWI 2019.....	58
Gambar 4.2. Pengumpulan data media yang berupa <i>link</i> untuk dilaporkan ke dalam Laporan COE – POSE bulan Juli 2019.	60
Gambar 4.3. Pengumpulan data media yang berupa <i>link</i> untuk dilaporkan ke dalam Laporan COE – POSE bulan Agustus 2019.	61
Gambar 4.4. Pengumpulan data media yang berupa <i>link</i> untuk dilaporkan ke dalam Laporan COE – POSE bulan September 2019.....	62
Gambar 4.5. Pengumpulan data media yang berupa <i>link</i> untuk dilaporkan ke dalam Laporan COE – POSE bulan Oktober 2019.....	63
Gambar 4.6. Halaman Web Kementerian Pariwisata Indonesia	64
Gambar 4.7. Halaman media sosial Facebook Parekraf RI	65
Gambar 4.8. Halaman media sosial Instagram @Parekraf_RI	65
Gambar 4.9. Halaman media sosial Twitter @Parekraf_RI.....	66
Gambar 4.10. Laporan Publikasi POSE 2019.....	67
Gambar 4.11. Akun Google Bisnisku “The Kaldera”	68
Gambar 4.12. Postingan akun “The Kaldera” di Google Bisnisku	68
Gambar 4.13 . Ulasan dan komentar mengenai “The Kaldera” di Google Bisnisku	69
Gambar 4.14. Unggahan Foto mengenai “The Kaldera” di Google Bisnisku ..	69
Gambar 4.15. Akun Google Bisnisku “The Kaldera Sunset Hill”	70
Gambar 4.16. Ulasan dan komentar mengenai “Kaldera Sunset Hill” di Google Bisnisku.....	70
Gambar 4.17. Postingan akun “Kota Lama Semarang Heritage” di Google Bisnisku.....	71
Gambar 4.18. Menteri Pariwisata berkunjung ke desa di Pulau Sibandang dan Toba Samosir	73
Gambar 4.19. Menteri Pariwisata berkunjung ke Pantai Pasir Putih Desa Lumban BulBul, Toba Samosir.....	73
Gambar 4.20. Menteri Pariwisata dan Menko Kemaritiman menghadiri Inagurasi di Universitas Teknologi Del	73
Gambar 4.21. Staf Khusus Menteri Bidang Komunikasi dan Menteri Pariwisata	74

Gambar 4.22. Menteri Pariwisata mengadakan rapat internal Kementerian Pariwisata di Toba	75
Gambar 4.23. RAKORNAS 2019	75
Gambar 4.24. Media-media pada saat tugas Dinas di Danau Toba	76
Gambar 4.25. Premiere Film “Bali Beats of Paradise”	76
Gambar 4.26. ISTA 2019	77
Gambar 4.27. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteri Pariwisata	77
Gambar 4.28. Postingan akun “The Kaldera” di Google Bisnisku	86
Gambar 4.29. Insight akun “The Kaldera” di Google Bisnisku	87



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Magang	A-1
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-2
Surat Pengantar Magang (UPH)	A-3
Surat Bukti Penerimaan Magang (Perusahaan).....	A-4
Lembar <i>Monitoring</i> Supervisor Magang.....	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Uraian Tugas	A-7
Daftar Evaluasi Pertama Kinerja Magang.....	A-8
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Magang	A-9
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Pemagang	A-11
Surat Keterangan Selesai Magang dari Perusahaan	A-12

LAMPIRAN B

Penyambutan Menteri Pariwisata oleh warga di Danau Toba.....	B-1
Rektor UPH yang menghadiri salah satu event Kementerian Pariwisata	B-1
Pemagang pada saat tugas Dinas ke Kaldera	B-2
Foto bersama dengan Pimpinan dan Staf bidang KomunikasI	B-3
Turnitin.....	B-4