

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi destinasi objek wisata di Desa Bere-Bere Kecamatan Morotai Utara Kabupaten Pulau Morotai. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apa saja potensi destinasi wisata di Desa Bere-Bere dan Bagaimana strategi promosi destinasi wisata di Desa Bere-Bere. Penggunaan metode dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif yakni dengan mencermati fenomena yang terjadi di pariwisata Desa Bere-Bere pada objek wisata Pulau Tabailenge dan Air Terjun Boku baik berupa ungkapan lisan maupun data tertulis. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Teknis analisis data yang digunakan yaitu analisi SWOT. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa potensi yang dimiliki Desa Bere-Bere adalah objek wisata Pulau Tabailenge dan Air Terjun Boku dan strategi promosi destinasi Wisata Desa Bere-Bere dengan menggunakan promosi periklanan, penjualan perorang, hubungan masyarakat, informasi dari mulut kemulut. Kesimpulan pada penelitian ini adalah Potensi alam yang dimiliki Desa Bere-Bere di destinasi objek wisata Pulau Tabailenge dan Air Trjun Boku yang dimana menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menikmati langsung keindahan tersebut dan Dalam mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan pihak pengelola untuk melakukan beberapa strategi promosi agar dapat menerapkan strategi promosi yang baik dalam pariwisata Desa Bere-Bere pada objek wisata Pulau Tabailenge dan Air Terjun Boku dengan menggunakan promosi periklanan melalui media sosial

Kata Kunci: Promosi, Tabailenge, Air Terjun Boku.

ABSTRAC

The purpose of this study was to find out how the strategy for promoting tourist destinations in Bere-Bere Village, North Morotai District, Morotai Island Regency. The formulation of the problem in this research is what are the potential tourist destinations in Bere-Bere Village and what is the strategy for promoting tourist destinations in Bere-Bere Village. The method used in this research is descriptive and qualitative, namely by observing the phenomena that occur in tourism in Bere-Bere Village at Tabailenge Island and Boku Waterfall tourism objects, both in the form of oral expressions and written data. Data was collected by observation, interviews, documentation and literature study. The data analysis technique used is SWOT analysis. The results of the study show that the potential of Bere-Bere Village is a tourist attraction on Tabailenge Island and Boku Waterfall and a strategy for promoting Bere-Bere Village tourism destinations by using advertising promotions, individual sales, public relations, word of mouth information. The conclusion in this study is the natural potential of Bere-Bere Village in the tourist destinations of Tabailenge Island and Air Trjun Boku which is the main attraction for tourists to directly enjoy the beauty and in knowing how the promotion strategy is carried out by the manager to carry out several strategies promotion in order to implement a good promotional strategy in tourism in Bere-Bere Village at Tabailenge Island and Boko Waterfall attractions by using advertising promotions through social media

Keywords: Promotion, Tabailenge, Boku Waterfall