

ABSTRAK

This study aims to determine the publicity strategy of the Banten provincial tourism service in promoting tourism through the 2019 Banten tourism event by using the Kang & Nong tourism ambassador as a medium to promote it, because the Banten tourism event is the main event of the tourism service almost every year. by carrying out different concepts and themes, one of the goals is to create an attraction for visitors who come. The concepts and themes used always follow developments in the one with history or tourism in the province of Banten. This study uses qualitative research with interview, survey and documentation methods. Interview with key informant 1 was conducted via telephone connection, interview with key informant 2 was conducted at the Banten tourism office and interviews with travel ambassador informant via telephone connection, documentation of the 2019 Banten tourism event activities was provided by the tourism office in the field of promotion. From the conclusions of this interview, the Banten tourism service's publicity strategy process in the promotion field at the 2019 Banten tourism event was by carrying out the concept of low budget hall infect, taking the theme of kaibon and working with partners involved in the tourism sector, also providing tourism knowledge training , appearance and attitude for tourism ambassador Kang & Nong as media

Kata Kunci: Publicity Strategy, Promotion, Tourism Ambassador, Tourism

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi publisitas dinas pariwisata provinsi Banten dalam mempromosikan pariwisata melalui event gebyar wisata Banten 2019 dengan menggunakan duta wisata Kang & Nong sebagai media untuk mempromosikannya, karena event gebyar wisata Banten adalah event utama dari dinas pariwisata hampir setiap tahunnya di laksanakan dengan mengusung konsep dan tema yang berbeda salah satu tujuannya untuk membuat daya tarik pengunjung yang datang. Konsep dan tema yang digunakan selalu mengikuti perkembangan di satu kan dengan sejarah atau pariwisata yang berada di provinsi Banten. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode wawancara, survey dan dokumentasi. Wawancara dengan informan kunci 1 dilakukan melalui sambungan telfon, wawancara dengan informan kunci 2 dilakukan di kantor dinas pariwisata Banten dan wawancara dengan informan duta wisata melalui sambungan telfon, dokumentasi kegiatan event gebyar wisata Banten 2019 diberikan oleh dinas pariwisata bidang promosi. Dari hasil kesimpulan wawancara ini, proses strategi publisitas dinas pariwisata Banten bidang promosi pada event gebyar wisata Banten 2019 adalah dengan mengusung konsep *low budget hall infect*, mengambil tema kaibon serta bekerja sama dengan mitra-mitra yang terlibat pada sektor pariwisata, juga memberikan pelatihan pengetahuan pariwisata, penampilan dan juga *attitude* untuk duta wisata Kang & Nong sebagai media

Kata Kunci: Strategi Publisitas, Promosi, Duta Wisata, Pariwisata