

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji tentang “Strategi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi” pada objek wisata religi Taman Wisata Iman Sitinjo. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga dalam mempromosikan Taman Wisata Iman Sitinjo, faktor penghambat strategi promosi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui keberjalanan promosi yang dilakukan oleh dinas sesuai dengan elemen yang ada pada teori bauran promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian yaitu reduksi data yaitu menyaring hasil data penelitian, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada objek wisata religi Taman Wisata Iman Sitinjo dan Kantor Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Dairi. Informan dalam penelitian ini adalah staff bidang pariwisata yang terdapat di dinas, adyatama kepariwisataan atau pengelola objek wisata sebagai informan utama, pegunjung dan pedagang sekitar objek wisata sebagai informan tambahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh dinas yang dilandasi dari teori bauran promosi terbagi atas empat elemen yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat. Faktor penghambat promosi yang dilakukan adalah terkendala pada sumber daya manusia dan alat pendukung sebagai media promosi yang akan dilakukan karena promosi pariwisata masih dilakukan secara konvensional belum secara digital.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Taman Wisata Iman, Kabupaten Dairi**

*ABSTRACT*

This research examines the "Strategy of the Dairi Regency Tourism, Culture, Youth and Sports" at the spiritual tourist attraction Iman Sijinjo Tourism Park. The formulation of the problem in this research is the Strategy of the Department of Tourism, Culture, Youth and Sports in promoting the Iman Sijinjo Tourism Park, factors inhibiting promotional strategies. This research aims to determine the progress of promotions carried out by the department by the elements in the promotion mix theory. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques consisting of observation, interviews, literature study, and documentation. The data analysis technique used in this research consists of three parts, namely data reduction, filtering research data results, data presentation, and concluding. The location of this research was carried out at the spiritual tourist attraction Iman Sijinjo Tourism Park and the Dairi Regency Tourism, Culture, Youth and Sports Office. The informants in this research were tourism staff in the department, tourism administrators or tourist attraction managers as the main informants, and visitors and gawkers around the tourist attraction as additional informants. The results of this research show that the promotional strategy carried out by the department is based on promotional mix theory, which is divided into four elements, namely advertising, sales promotion, personal selling, and public relations. The inhibiting factor for promotions is that they are limited by human resources and supporting tools as promotional media that will be carried out because tourism promotions are still carried out conventionally and not digitally.

**Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Iman Tourism Park, Dairi Regency**