

## **ABSTRAK**

Kepulauan Anambas merupakan Kabupaten baru di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki potensi wisata yang besar. Namun masih banyak orang yang belum mengetahui dan tertarik untuk datang mengunjungi wisata yang ada di Kepulauan Anambas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam memperkenalkan wisata yaitu, pertama pada tahap perencanaan dilakukan penentuan komunikator sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam penyampaian pesan atau informasi, jenis informasi, pemilihan media komunikasi yang disesuaikan dengan target yang sudah ditentukan. Kedua tahap pengorganisasian yakni proses koordinasi antara semua pihak yang ikut bagian dalam kegiatan pariwisata. Ketiga tahap pelaksanaan yakni penyelenggara menggunakan media komunikasi dengan melakukan rapat koordinasi dan juga media untuk menyebarkan infomasi kegiatan pariwisata dengan menggunakan media cetak berupa iklan di media koran lokal, pemasangan baliho dan spanduk. Media elektronik pada TV lokal (RadjaVision) dan radio lokal, dan media sosial dengan *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*. Keempat tahap evaluasi dilakukan dengan rapat besar setelah kegiatan sudah berlangsung dan pembuatan laporan.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi, Komunikasi Pariwisata

## **ABSTRACT**

*Anambas Island is new district in provinces Riau island, it's having more tourism potential. But many people doest not know and interesting to come this places in Anambas Island. This research using qualitative method with description studies. The result is communication management was doing of Tourism and Culture Department for introducing this tours are, first in determination of communicator as person who responsible for sending message information, type information, select of communication media to target that has been determined. Second, in organisation step is coordination process between every person who has role of tourism activities. Third, in implementation step is administrator using communication media with coordination meeting and media for distributing information about tourism activities with printing media, for example advertisement in newspaper, billboard and banner. Elektronik media for example TV (Radja Vision), radio, and social media Instagram,Facebook, and twitter. Fourth, in evaluating step doing with meeting after doing activities and making report.*

*Keyword : Communication Management, Tourism Communication*