

Proses Komunikasi Asosiasi Duta Wisata Indonesia (ADWINDO) Kota Padang Pada Program *Goes To School* Di Kota Padang

Abstrak

Kota Padang memiliki beragam objek wisata yang ada di setiap sudutnya, baik itu kuliner, alam, budaya, religi, sejarah, serta kekayaan wisata lainnya. Pariwisata Kota Padang merupakan daerah wisata yang sangat banyak diminati. Dengan dibentuknya Uda Uni Duta Wisata Kota Padang sebagai perpanjangan Dinas Pariwisata tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut diketahui oleh seluruh masyarakat dan publik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini dapat dilihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh Uda Uni Duta Wisata pada program kerja *Goes To School* yang dilakukan untuk mempromosikan wisata dan melestarikan adat dan budaya yang ada di kota Padang, pengembangan informasi yang dikemas dengan cara sosialisasi atau pun melalui media sosial efektivitas penggunaan Uda Uni duta wisata Kota Padang sebagai *role model* pariwisata, adat dan budaya yang mampu menjadi perpanjangan tangan pemerintah, untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan pengetahuan publik mengenai pariwisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan di kota Padang. Dengan diutus nya uda uni sebagai salah satu penggerak pariwisata dapat memudahkan masyarakat untuk menjangkau informasi melalui program-program kerja yang dilakukan oleh uda uni kota Padang baik secara fisik melalui sosialisasi maupun melalui media. Dari penelitian ini dapat dilihat bagaimana komunikasi dari Uda Uni Duta Wisata Kota Padang dalam bersosialisasi agar dapat publik dapat menerima informasi dengan baik.

Kata Kunci : Proses Komunikasi, Sasaran Informasi, Informasi, Pariwisata, Duta Wisata

**Communication Process of the Indonesian Tourism Ambassador Association
(ADWINDO) Padang City on the Goes To School Program in Padang City**

Abstract

The city of Padang has a variety of tourist attractions in every corner, be it culinary, natural, cultural, religious, historical and other tourist riches. Padang City Tourism is a tourist area that is very popular. With the formation of the Padang City Tourism Ambassador Union Uda as an extension of the Tourism Department, it cannot be denied that this is known to the entire community and the public. Data collection techniques are carried out through observation, interviews and documentation. This research uses descriptive qualitative methods. In this research, it can be seen how the communication process carried out by Uda Uni Duta Wisata in the Goes To School work program is carried out to promote tourism and preserve customs and culture in the city of Padang, developing information that is packaged through socialization or through social media. the effectiveness of using Uda Uni as a tourist ambassador for the city of Padang as a tourism, customs and culture role model who is able to become an extension of the government, to assist the government in increasing public knowledge about tourism and increasing tourist visits to the city of Padang. By sending uda uni as one of the tourism drivers, it can make it easier for the public to reach information through work programs carried out by uda uni Padang city, both physically through outreach and through the media. From this research, it can be seen how communication from Uda Uni Padang City Tourism Ambassadors socializes so that the public can receive information well.

Keywords: *Communication Process, Information Targets, Information, Tourism, Tourism Ambassador*