



MERCU BUANA

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY ON THE BEACH AREA LEADING TOUR KILUAN BAY LAMPUNG PROVINCE (study case at the Department Culture and Tourism of Lampung Province)

Immawati Asniar
55209120039

Lampung Province has some excellent tours, one of which is the beach of Kiluan Bay Lampung tour. Kiluan Bay is one of the Regional Tourism Regions Featured Lampung Province.

In the Department of Culture and Tourism of Lampung Province object research, this qualitative study aims to gain an understanding and explanation to know how about the marketing communication strategies undertaken by the Culture and Tourism Department of Lampung Province to the Gulf Coast region leading tourist Kiluan Lampung.

In the results showed the marketing communication strategy that is run by the Department of Culture and Tourism of Lampung is using advertising, following publicity events and exhibitions tourism. Based on the various strategies that are used, holding event is the most effective Consider.

The medium used is print media, brochures and posters and billboards. While the audio and audio-visual media by using radio, TV, CD, and also use the internet to market Gulf Coast of Kiluan Lampung tour.

In the implementation of marketing communications strategy, the Department of Culture and Tourism still have a constraints such as less popular tourist attraction in the Lampung Province and limited funds be a complicated issue so that the implementation of marketing communications held to less than optimal .

Keywords : Strategy , Marketing Communications , Tourism .



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA KAWASAN WISATA UNGGULAN PANTAI TELUK KILUAN PROVINSI LAMPUNG (studi kasus pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Lampung)

Immawati Asniar
55209120039

Provinsi Lampung memiliki beberapa obyek wisata unggulan, salah satunya adalah Obyek Wisata Pantai Teluk Kiluan Lampung. Pantai Teluk Kiluan merupakan salah satu Daerah Kawasan Wisata Unggulan Provinsi Lampung.

Obyek Penelitian Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Lampung, penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan penjelasan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung terhadap kawasan wisata unggulan Pantai Teluk Kiluan Lampung.

Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lampung adalah menggunakan advertising, publicity dengan mengikuti event – event dan pameran pariwisata. Dari berbagai macam strategi yang digunakan, mengadakan event dianggap paling efektif.

Media yang digunakan adalah media cetak , brosur serta poster dan baliho. Sedangkan media audio dan audio visual yaitu dengan menggunakan radio, TV, CD, dan juga menggunakan internet dalam memasarkan obyek wisata Pantai Teluk Kiluan Lampung.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih menemui beberapa kendala seperti kurang dikenalnya obyek wisata di Provinsi Lampung serta keterbatasan dana menjadi masalah yang pelik sehingga pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilaksanakan menjadi kurang optimal.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Pariwisata.