



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Keshia Taurina
44315110003

Strategi Komunikasi Pemasaran Atlantis Water Adventures Dalam Menarik Pengunjung 2019
Bibliografi: 5 Bab 84 hal + Lampiran + 9 Buku + + 5 Jurnal + 6 Internet

ABSTRAK

Atlantis Water Adventures merupakan destinasi wisata yang sudah cukup lama di Taman Impian Jaya Ancol yang didirikan pada tahun 1974 namun dalam ketatnya persaingan dalam industri pariwisata jumlah pengunjung dan pendapatan menurun sehingga diperlukan strategi komunikasi pemasaran dalam menarik pengunjung. Untuk itu penelitian ini diangkat untuk menggambarkan dan menganalisa strategi komunikasi pemasaran Atlantis Water Adventures dalam menarik pengunjung 2019.

Teori TCM (*Tourism Communication Marketing*) mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran yaitu marketing mix dan Communication mix. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif dengan pendekatan kualitatif namun lebih mendalam karena menggunakan studi kasus. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, gambar foto dan sebagainya.

Berdasarkan hasil dari penelitian, Atlantis Water Adventures melaksanakan strategi komunikasi pemasaran dengan menekankan pada Sales Promotion dan pemasaran langsung. Jumlah pengunjung sampai dengan bulan telah mengalami peningkatan sebesar 30%.

Kata Kunci: *Strategi komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Pariwisata*



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Study Program Communication Marketing
Keshia Taurina
44315110003

Marketing Strategy for Atlantis Water Adventures In Attracting Visitors 2019
Bibliography: 5 Chapters 84 pages + Attachments + 9 Books + 5 Journal + 6 Internet

ABSTRACT

Atlantis Water Adventures is a tourist destination that has been around for a long time in Ancol Dreamland, which was established in 1974 but in the intense competition in the tourism industry the number of visitors and income has decreased, so a marketing communication strategy is needed to attract visitors. For this reason, this research was appointed to describe and analyze the marketing communication strategy of Atlantis Water Adventures in attracting 2019 visitors.

The TCM (Tourism Communication Marketing) Theory examines the whole in the context of marketing communication, namely the marketing mix and Communication mix. This type of research used in this research is descriptive with a qualitative approach but is more in-depth because it uses case studies. Data analysis is done by collecting data through interviews, observations and documentation recorded in field notes, personal documentation, photographic images and so on.

Based on the results of the study, Atlantis Water Adventures implements a marketing communication strategy by emphasizing Sales Promotion and direct marketing. The number of visitors up to the month has increased by 30%.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Tourism Marketing*