



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDY PUBLIC RELATIONS**

Chaniatri Mayastuti (44210120012)
Efektivitas Pameran *Travelling* Untuk Menarik Minat Konsumen
Menggunakan Jasa PT.Lintas Iskandaria
(i - 128; 25 Referensi 1997- 2013; 6 Lampiran)

ABSTRAKSI

Industri pariwisata yang semakin pesat dan maju dalam hal keefektivitasan perjalanan dan wisata menyebabkan persaingan yang sangat kuat dan menarik produk atau jasa travelling untuk merebut pasar pariwisata, untuk itu pameran dilakukan agar menarik masyarakat yang diadakan oleh Humas karena keterkaitan yang sangat erat antara kegiatan humas dalam eksibisi yang sangat menunjang untuk media promosi. Pesan dalam pameran harus menarik perhatian minat konsumen, promosi yang disampaikan kepada calon pembeli mampu meningkatkan citra produk dan mendongkrak penjualan PT. Lintas Iskandaria. Melihat *trend* wisata ibadah menjadi salah satu minat dan daya tarik untuk konsumen banyak pesaing yang berlomba-lomba untuk memberikan dan memperkenalkan produk jasa mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektif atau tidaknya kegiatan komunikasi pameran yang dilakukan PT. Lintas Iskandaria untuk melihat minat konsumen.

Menurut Hendrix yang merangkum dari berbagai sumber efektivitas komunikasi secara ringkas dapat dilihat berdasarkan : *Source credibility, Message, Receivers*, dan *Audience participation*.

Sifat penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, metode penelitian melalui survei dimana dalam melakukan pengumpulan datanya, menggunakan kuesioner yang ditarik dari sampel 100 responden pada pameran travelling , yaitu daftar pertanyaan tertulis yang diajukan pada sekelompok orang yang dijadikan sampel pada pameran travelling PT. Lintas Iskandaria. Penelitian ini menggunakan menggunakan rumus *Quartil* .

Hasil penelitian tentang Efektivitas Komunikasi Pameran Traveling dengan skor 14705 terletak pada Q3 dan Batas Atas, untuk melihat minat konsumen PT. Lintas Iskandaria periode September – Oktober 2014 dan untuk melihat sejauh mana minat konsumen atau pengunjung PT. Lintas Iskandaria yang disampaikan melalui Efektivitas Komunikasi di Pameran. Peneliti mengambil kesimpulan bahwa Sangat Efektif.