

ABSTRAK

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran. Studi Deskriptif Kualitatif Dalam *Event West Java Festival 2019* pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran, bauran pemasaran dan media komunikasi pada penyelenggaraan *event West Java Festival 2019* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jawa Barat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian studi deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi, hasil penelitian sebelumnya, studi literatur dan wawancara dengan pihak terkait.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *event West Java Festival 2019* menggunakan tahapan strategi komunikasi pemasaran *event* yang didasarkan pada penetapan pihak yang terlibat, perancangan pesan, media, penetapan *target audiences*, penetapan *brand* destinasi dan penetapan tujuan *event*. *West Java Festival 2019* menerapkan strategi pemasaran yang didasarkan pada konteks bauran pemasaran seperti produk, tempat, harga dan promosi untuk mencapai tujuan yang ditargetkan. *West Java Festival 2019* menggunakan media komunikasi seperti media cetak, media elektronik dan media sosial untuk kegiatan publikasi dan promosi. *Event West Java Festival 2019* diselenggarakan untuk mengenalkan potensi pariwisata, seni budaya dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Jawa Barat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Pariwisata

ABSTRACT

Analysis Of Marketing Communication Strategy. Qualitative Descriptive Study in the Event West Java Festival 2019 On Tourism And Culture Office Of West Java Province

This study aims to determine the marketing communication strategy, marketing mix and communication media at the implementation of the event West Java Festival 2019 in increasing tourist visits to West Java.

This study uses a descriptive qualitative research method with a qualitative descriptive study research approach. The research subject was Tourism And Culture Office Of West Java Province. The method of data collection is through observation and in-depth interviews with informants, while supporting data were obtained through documentation studies, previous research results, literature studies, and interviews with related parties.

The results of this study indicate that the event West Java Festival 2019 uses the stages of an event marketing communication strategy based on determining the parties involved, designing messages, media, setting target audiences, establishing brand destination and setting event goals. West Java Festival 2019 applies a marketing strategy based on the context of the marketing mix such as product, place, price and promotion to achieve the targeted goals. West Java Festival 2019 uses communication media such as print media, electronic media and social media for publication and promotion activities. The event West Java Festival 2019 was held to introduce tourism potential, cultural arts and increase the number of domestic and foreign tourist visits to West Java.

Keywords: Communication Strategy, Marketing Communication, Tourism