

### **ABSTRACT**

*The development of tourism in West Java is very rapid, many tourist attractions become tourist destinations. Competition between tourist attractions is intense so that public relations communication strategies are needed to attract visiting tourists and promote so that people can get to know the attractions that are destinations.*

*This research aims to find out communication strategies according to Onong Effendy including planning, management, obstacles in promotional activities conducted in public relations Pakuhaji Tourism. Find out how much the promotion affects the increase in travellers. This research uses qualitative methods with a descriptive study approach, as it re-describes when Pakuhaji tourism. The subject of the research is Pakuhaji Tourism which conducts its promotional activities. Researchers collect data obtained from informants by conducting observations, in-depth interviews with related parties, while for supporting data obtained through documentation and previous literature studies.*

*The results of the ellitian and discussion of public relations communication strategy in the promotion of Pakuhaji Tourism by conducting promotional activities continuously through instagram. By sharing activities done for free to attract the public via Instagram social media. Barriers that occur in promotional activities still use word of mouth communication and environmental factors.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Public Relations, Pakuhaji Tourism*

## ABSTRAK

Perkembangan Pariwisata di Jawa Barat sangat pesat, banyak objek wisata yang menjadi tujuan wisatawan. Persaingan antara objek wisata yang ketat sehingga diperlukannya strategi komunikasi yang dilakukan *Public Relations* untuk menarik wisatawan berkunjung dan melakukan promosi agar masyarakat dapat mengenal objek wisata yang menjadi tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi menurut Onong Effendy diantaranya perencanaan, manajemen, hambatan dalam kegiatan promosi yang dilakukan di *public relations* Wisata Pakuhaji. Mengetahui seberapa besar pengaruh dari promosi terhadap peningkatan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, karena menggambarkan kembali ketika Wisata Pakuhaji. Subjek dari penelitian adalah Wisata Pakuhaji yang melakukan kegiatan promosinya. Peneliti mengumpulkan data-data yang di peroleh dari informan dengan melakukan observasi, wawancara mendalam dengan pihak yang terkait, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui dokumentasi dan kajian literatur sebelumnya.

Hasil penellitian dan pembahasan adapun strategi komunikasi *public relations* dalam promosi Wisata Pakuhaji dengan melakukan kegiatan promosi secara terus-menerus melalui *instagram*. Dengan membagikan kegiatan yang dilakukan secara gratis untuk menarik *public* melalui media sosial Instagram. Hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi masih menggunakan komunikasi mulut ke mulut dan faktor lingkungan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, *Public Relations*, Wisata Pakuhaji