

ABSTRAK

Muhammad Hilman Fadhlulloh, B06210095, 2014. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Untuk Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci : Pariwisata, Komunikasi Pemasaran, Strategi Pemasaran.

Ada satu persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi untuk promosi pariwisata dalam perspektif komunikasi pemasaran.

Untuk mengkaji persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, digunakanlah metode penelitian kualitatif deskriptif yang berguna untuk mengetahui data dan fakta mengenai strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi untuk promosi pariwisata dalam perspektif komunikasi pemasaran. Kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan dasar pemikiran Zeithaml dan Bitner tentang bauran pemasaran (*marketing mix*), sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi menggunakan berbagai kegiatan pemasaran, meliputi: periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal dan hubungan masyarakat. Berbagai kegiatan pemasaran ini dilakukan untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Banyuwangi.

Beberapa rekomendasi yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan kualitas strategi pemasaran adalah (1) lebih mengedepankan efektivitas kegiatan pemasaran yang dapat meningkatkan frekuensi wisatawan, (2) kegiatan pemasaran ini diupayakan tidak monoton memakai satu atau dua kegiatan pemasaran agar dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke Banyuwangi.