

ABSTRAK

M. Hafiz Ghifari, 10080011167, Manajemen Komunikasi, Dr. Udung Noor Rosyad., Drs., M.Si., MM. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.

Jumlah wisatawan di Kabupaten Bintan mulai dari tahun 2012 hingga 2014 selalu terjadi peningkatan, tentunya keberhasilan tersebut tidak terlepas dari kerja keras Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan. Promosi pariwisata Bintan pernah dilakukan dengan kegiatan komunikasi pemasaran melalui iklan, *event*, dan *personal selling*. Penelitian tersebut dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi kegiatan komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan melalui Iklan, *event*, dan *personal selling*.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan manakah yang paling efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Metodologi penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan karena mempunyai sumber data yang akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah, Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan menggunakan strategi yang efektif menurut beberapa konsep karena memenuhi syarat-syarat dalam konsep-konsep tersebut. Dari kesimpulan yang telah diambil, menunjukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan mempunyai peran penting pada setiap kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan. Setiap strategi yang dibuat mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk memperkenalkan kabupaten Bintan dan mencapai visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan agar kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Kata kunci : Strategi, *Integrated Marketing Communication (IMC)*, Iklan, *Event*, *Personal Selling*

ABSTRACT

M. Hafiz Ghifari, 10080011167, Communication Management, Dr. Udung Noor Rosyad., Drs., M.Si., MM. Marketing Communications Strategy Tourism Department of Bintan regency to Increase Tourist Visits.

The number of tourists in Bintan regency starts from 2012 until 2014 always be rising,. The tourism promotion in Bintan had ever done in marketing communication activity such as advertisement, event and personal selling. This research is aimed to know communication selling strategy of Tourism Department of Bintan regency by advertisement, event and personal selling.

The aim of this research is to know about the communication selling strategy Tourism Department of Bintan regency for increasing tourist visit. This research is aim to know marketing communication strategies are most effective to increase tourist visits.

The methodology of the research that is used by the researcher is qualitative by using case study approach. The object of the research is Tourism Department of Bintan regency, because it has accurate data. The data collecting technique that is used by the researcher is data interview, observation, and library research. The analysis technique that is used is data reduction, presentation and taking conclusion.

The result of the research is Tourism Department of Bintan regency uses effective strategy based on some concepts because the fulfillment requirements of those concepts themselves. From the conclusion that have been taken indicate that Tourism Department of Bintan regency has an important role in every selling communication activity that had been done in that area. Every strategy that had been made has same aim such as for introducing Bintan regency and for reaching vision and mission of Tourism Department of Bintan regency. It is aimed for increasing tourist visit every year.

Key Words : Strategy, Integrated Marketing Communication (IMC), Ad, Event, Personal selling