

ABSTRAK

Dewi Qurrotul Aini, 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Dalam Memadukan Konsep Wisata Alam Serta Edukasi Di Desa Kemiri Kabupaten Jember. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Dr. Juariyah M.SI

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Wisata Baru Desa Kemiri.

Skripsi ini mengkaji tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Dalam Memadukan Sebuah Konsep Wisata Alam Serta Edukasi di Desa Kemiri Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengembangkan potensi wisata yang dimiliki setiap daerah masing-masing sehingga dengan dibentuknya sebuah wisata baru tersebut bisa membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar wisata, serta bisa menciptakan lapangan pekerjaan dan juga bisa memperkenalkan kepada masyarakat luas mengenai keunggulan dan keunikan yang dimiliki pada tempat destinasi wisata yang ada di Kabupaten Jember. Pada penelitian ini menggunakan sebuah teori umum dari Cutlip and Center dan juga teori pendukung promotion mix dari Kotler (2001:98). Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif Deskriptif. Yang menjadi objek penelitian ini yaitu Wisata Baru pada Desa Kemiri. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 4 informan diantaranya yaitu pengelola wisata, karyawan yang bertugas dipemasaran dan dua orang pengunjung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Kemiri ini dalam proses pemasaran menggunakan langkah-langkah yang ada pada teori promotion mix, sehingga pemasaran yang dilakukan untuk wisata baru tersebut bisa secara maksimal. Walaupun dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam menjalankan pemasaran tersebut masih terdapat beberapa kendala yang dialami.

ABSTRACT

Dewi Qurrotul Aini, 2022. *New Tourism Marketing Communication Strategy in Integrating the Concept of Nature Tourism and Education in Kemiri Village, Jember Regency.* Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences. Muhammadiyah University of Jember. Supervisor : Dr. Juariyah M.SI

Keywords: Communication Strategy, Marketing Communication, New Tourism of Kemiri Village.

This thesis examines the New Tourism Marketing Communication Strategy in Integrating a Concept of Nature Tourism and Education in Kemiri Village, Jember Regency. The purpose of this research is to develop the tourism potential of each region so that the establishment of a new tour can help improve the economy of the community around tourism, and can create jobs and can also introduce to the wider community about the advantages and uniqueness of the place. tourist destinations in Jember Regency. This study uses a general theory from Cutlip and Center and also a supporting theory for the promotion mix from Kotler (2001:98). This study uses a descriptive qualitative approach. The object of this research is New Tourism in Kemiri Village. Sources of data in this study using purposive sampling technique with 4 informants including the tour manager, the employee in charge of marketing and two visitors. The results of this study indicate that Kemiri Tourism Village is in the marketing process using the existing steps in the promotion mix theory, so that the marketing carried out for the new tourism can be maximized. Although from the results of interviews conducted by researchers in carrying out marketing, there are still some obstacles experienced.