

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN BANJARNEGARA MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK WISATAWAN

Zulul Mu'iz An Nafi'
5191711044

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara merupakan instansi pemerintah yang mempunyai wewenang dan tugas meningkatkan produk pariwisata wilayah Banjarnegara. Dalam tugasnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memanfaatkan media sosial Instagram sejak Bulan Juni 2016 hingga saat ini untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui akun @budparbanjarnegara. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan adalah bauran komunikasi pemasaran menggunakan Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi secara langsung. Lalu proses analisis data menggunakan teknik analisis data versi Miles dan Huberman berupa reduksi data, analisis data dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan melalui Instagram menggunakan elemen komunikasi pemasaran berupa bauran komunikasi pemasaran. Tak hanya itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mengadakan event, dan program wisata yang menonjolkan budaya dan tradisi Kabupaten Banjarnegara yang bertujuan untuk meningkatkan wisatawan. Adapun event yang diselenggarakan Dieng Culture Festival, lomba desain logo Banjarnegara, kakang mbekayu desa wisata Banjarnegara dan masih banyak yang lainnya. Kumpulan event tersebut pada akhirnya diunggah melalui Instagram guna menarik wisatawan. Strategi komunikasi pemasaran berupa bauran komunikasi pemasaran di Instagram kurang efektif karena kurangnya spesialis media sosial yang mengelola akun Instagram @budparbanjarnegara.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Dinas Pariwisata, Instagram, Bauran Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF BANJARNEGARA TOURISM AND CULTURE DEPARTMENT THROUGH INSTAGRAM IN ATTRACTING TOURISTS

Zulul Mu'iz An Nafi'
5191711044

The Tourism and Culture Office of Banjarnegara Regency is a government agency that has the authority and duty to improve tourism products in the Banjarnegara region. In its duties, the Tourism and Culture Office of Banjarnegara Regency has used Instagram social media since June 2016 until now to implement a marketing communication strategy through the account @budparbanjarnegara. The marketing communication strategy used is a marketing communication mix using Instagram. This study aims to determine marketing communication strategies through Instagram. Researchers used a qualitative descriptive method. Retrieval of data using in-depth interview techniques and direct observation. Then the data analysis process uses the data analysis technique version of Miles and Huberman in the form of data reduction, data analysis and data verification. The results of this study indicate that the marketing communication strategy implemented through Instagram uses marketing communication elements in the form of a marketing communication mix. Not only that, the Tourism and Culture Office of Banjarnegara Regency holds events and tourism programs that highlight the culture and traditions of Banjarnegara Regency which aim to increase tourists. The events held by the Dieng Culture Festival, the Banjarnegara logo design competition, kakang mbekayu Banjarnegara tourist village and many others. The collection of events was eventually uploaded via Instagram to attract tourists. The marketing communication strategy in the form of a marketing communication mix on Instagram is less effective due to the lack of social media specialists who manage the Instagram account @budparbanjarnegara

Keywords: *Marketing Communication, Tourism Office, Instagram, Marketing Communication Mix*