



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING CS HOLIDAY DALAM MENENTUKAN TARGET TUNGGAL PASARNYA DI ERA *NEW NORMAL*

Dedi Anwar Adianto  
5171711044

Pengelolaan jasa *tour organizer* yang baik dapat meningkatkan kinerja dan hasil yang baik. Pariwisata merupakan bidang yang memiliki potensi yang besar sehingga bidang jasa ini juga termasuk menggerakkan program pemerintah bidang ekonomi kreatif. Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya serta kota pelajar mendorong Cs Holiday sebagai penyedia jasa pariwisata untuk bergerak dan ikut andil dalam bidang ini. Populasi pasar yang baik ditengah persaingan jasa yang sama memberikan tantangan tersendiri. Maka dari itu diperlukan strategi khusus dalam bersaing secara sehat terutama masa paska pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Cs Holiday dalam menghadapi masa pandemi yang telah mereda. Promosi dengan berbagai media baik *offline* maupun *online* dilakukan dalam menunjang strategi marketing dengan memfokuskan satu target marketnya yaitu perguruan tinggi. Melalui temuan ini diharapkan Cs Holiday terus konsisten dalam mengembangkan strategi tersebut agar dapat berutang dan menuai hasil yang maksimal.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Pariwisata

## **ABSTRACT**

### **CS HOLIDAY MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN DETERMINING A SINGLE TARGET MARKET IN THE NEW NORMAL ERA**

*Dedi Anwar Adiarto  
5171711044*

*Good management of tour organizer services can improve performance and good results. Tourism is a field that has great potential, so this service sector also includes driving government programs in the creative economy sector. Yogyakarta is known as a cultural city and student city, encouraging Cs Holiday as a tourism service provider to move and take part in this field. A good market population amidst competition for the same services provides its own challenges. Therefore, special strategies are needed to compete in a healthy manner, especially in the post-Covid-19 pandemic period. This research aims to find out the communication strategies used by Cs Holiday in dealing with the pandemic which has subsided. Promotions using various media, both offline and online, are carried out to support marketing strategies by focusing on one target market, namely universities. Through these findings, it is hoped that CS Holiday will continue to be consistent in developing this strategy so that it can continue and reap good results.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Marketing Communication, Tourism*