



ABSTRAK

EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PROGRAM JAVA BALLON ATTRACTION 2022 OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN WONOSOBO

Anggit Dwi Wicakso
5191711046

Java Ballon Attraction merupakan kegiatan yang tercipta dari bentuk kolaborasi antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dengan Komunitas Balon Wonosobo. Java Balloon Attraction merupakan kegiatan yang menampilkan atraksi balon udara berukuran besar dengan berbagai motif dengan cara ditambatkan. Hal tersebut dilakukan agar tidak mengganggu lalu lintas penerbangan. Atraksi balon tersebut membentuk berbagai formasi wisata yang ada di Kabupaten Wonosobo, seperti bentuk Gunung Sindoro, Telaga Menjer, dan tempat wisata lainnya. Kegiatan ini merupakan kegiatan tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo, yang dimulai pada tahun 2019. Penelitian ini memiliki fokus utama dalam pembahasan, yaitu mengenai evaluasi dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo pada kegiatan Java Balloon Attraction 2022. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan teori evaluasi short term yang dikemukakan oleh Tom Watson dan Paul Noble. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa temuan, antara lain pada level perencanaan terdapat mispersepsi sehingga pembagaaian kerja kurang jelas. Pada tahap pelaksanaan, marketing publikasi yang dilakukan tidak sesuai jadwal, pelaksanaan media promosi yang tidak dijalankan sesuai dengan perencanaan dan perlu melakukan evaluasi mengenai pengukuran target respon pada media sosial. Strategi pemasaran yang diterapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo pada kegiatan Java Ballon Attraction 2022 tersebut tidak berjalan secara optimal.

Kata Kunci: Evaluasi, Strategi, Komunikasi Pemasaran, Java Ballon Attraction

ABSTRACT

EVALUATION OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR THE JAVA BALLOON ATTRACTION 2022 PROGRAM BY THE WONOSOBO REGENCY TOURISM AND CULTURE OFFICE

Anggit Dwi Wicakso
5191711046

Java Balloon Attraction is an activity created from a collaboration between the Wonosobo Regency Tourism and Culture Office and the Wonosobo Balloon Community. Java Balloon Attraction is an activity that displays large hot air balloon attractions with various motifs by mooring them. This is done so as not to interfere with flight traffic. The balloon attraction forms various tourist formations in Wonosobo Regency, such as the shape of Mount Sindoro, Telaga Menjer, and other tourist attractions. This activity is an annual activity organized by the Wonosobo Regency Tourism and Culture Office, which began in 2019. This study has a main focus in the discussion, namely the evaluation of the marketing strategy implemented by the Wonosobo Regency Tourism and Culture Office in the 2022 Java Balloon Attraction activity. This study uses a qualitative descriptive method. Data collection was carried out using observation, interview, and documentation techniques. The data analysis process in this study uses the short-term evaluation theory proposed by Tom Watson and Paul Noble. The results of this study indicate that there are several findings, including at the planning level there is a misperception so that the division of work is unclear. At the implementation stage, the marketing publications carried out were not according to schedule, the implementation of promotional media was not carried out according to planning and it was necessary to conduct an evaluation regarding the measurement of target responses on social media. The marketing strategy implemented by the Wonosobo Regency Tourism and Culture Office in the 2022 Java Balloon Attraction activity did not run optimally.

Keywords: *Evaluation, Strategy, Marketing Communications, Java Ballon Attraction*