

# **KOMUNIKASI PEMASARAN PADA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN TAMBRAUW**

**Kosmas Sedik**

## **Abstrak**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tambrauw. Komunikasi pemasaran yang dilakukan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Di Kabupaten Tambrauw yaitu pemasaran interaktif, hubungan masyarakat dan publisitas, promosi penjualan dan acara serta pengalaman. Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan contohnya pada pemasaran interaktif misalnya penawaran paket wisata ke Kampung Ayapokiar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data menggunakan analisis deskriptif. Penggunaan metode kualitatif karena objek penelitian tergolong dalam penelitian sosial dan analisisnya menggunakan metode deskriptif karena data yang yang diperoleh secara dokumenter. Dari proses penelitian dan analisis tersebut dapat diketahui bahwa beberapa model komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tambrauw dalam mempromosikan pariwisata dan budaya Tambrauw sebagai daerah destinasi wisata telah sesuai, meskipun masih mengalami kendala tertentu. Maka, Pemerintah Kabupaten Tambrauw harus meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana yang memadai

**Kata Kunci :** *Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Interaktif, Penawaran Paket Wisata*

## **MARKETING COMMUNICATION AT TOURISM AND CULTURE OFFICE TAMBRAUW REGENCY**

***Kosmas Sedik***

### ***Abstract***

*The aim of the study was to find out marketing communications carried out by the Tourism and Culture Office of Tambrau Regency. Marketing communications carried out at the Tourism and Culture Office in Tambrau Regency are interactive marketing, public relations and publicity, sales promotions and events and experience. The example of Marketing Communication which is done by Department of Tourism and Culture is interactive marketing which offers a tour package to Ayapokiar Village. This study uses qualitative methods with data analysis using descriptive analysis. Qualitative methods are adopted because the object of research is classified into social research and analysis uses descriptive methods because the data obtained is documentary. From the research and analysis process, it can be seen that several communication models used by the Tourism and Culture Office of Tambrau Regency in promoting tourism and culture of Tambrau as a tourist destination area are appropriate, although still experiencing certain obstacles. It is suggested that the Government of the Tambrau Regency must improve the development of adequate facilities and infrastructure.*

***Keywords : Marketing Communication, Interactive Marketing, Public Relation, Sales Promotion, Event and Experince***