

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA DALAM
MENARIK KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMAN PINTAR
YOGYAKARTA**

Roma Suryanita Tambun Saribu

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

romatamsar23@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata saat ini memberikan dampak yang cukup besar, yang juga didukung oleh adanya peningkatan infrastruktur serta pemasaran destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang diterapkan oleh Taman Pintar Yogyakarta untuk menarik kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing communication mix*) yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Pintar telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran seperti periklanan melalui konten terkait zona yang ada di Taman Pintar dan beriklan di pewarta meliputi artikel di media online maupun cetak, promosi penjualan dengan pemberian promo kepada pengunjung seperti promo *free* tiket pada anak-anak dalam rangka hari anak dan pemberian promo kupon khusus aplikasi Gojek bagi pengunjung yang menggunakan transportasi Gojek. Adanya pemasaran langsung menggunakan media komunikasi seperti email, *direct message* dan metode *soft selling*. Publikasi lewat media berupa informasi terkait Taman Pintar, menjadi sebuah upaya pemasaran komunikasi yang mereka lakukan untuk menarik kunjungan wisatawan di Taman Pintar Yogyakarta.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Taman Pintar Yogyakarta

***TOURISM MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN ATTRACTING
TOURIST VISITS IN TAMAN PINTAR YOGYAKARTA***

Roma Suryanita Tambun Saribu

Mercu Buana University Yogyakarta

romatamsar23@gmail.com

ABSTRACT

The development of tourism today has a considerable impact, which is also supported by the improvement of infrastructure and marketing of tourist destinations. This research aims to analyze the tourism marketing communication strategy applied by Taman Pintar Yogyakarta to attract tourist visits. This research uses a qualitative descriptive method, using the marketing communication mix theory put forward by Kotler and Keller (2016), data collection techniques are carried out by observation interviews and documentation. The results showed that Taman Pintar has implemented marketing communication strategies such as advertising through content related to zones in Taman Pintar and advertising in reporters including articles in online and print media, sales promotion by giving promos to visitors such as free ticket promos for children in the framework of children's days and giving special coupon promos for Gojek applications for visitors who use Gojek transportation. There is direct marketing using communication media such as email, direct messages and soft selling methods. Publication through the media in the form of information related to Taman Pintar, is an effort of marketing communication that they do to attract tourist visits at Taman Pintar Yogyakarta.

Keywords : Marketing Communication, Tourism, Taman Pintar Yogyakarta