



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA “SETIGI” DI GRESIK JAWA TIMUR

Uzlifatul Jannah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: uzlifatul@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 14 August 2019

Accepted 13 September 2019

Published 8 October 2019

Keyword:

*Strategi, komunikasi
pemasaran, wisata “Setigi”*

Abstract

Abstrak

Artikel ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran wisata “Setigi” di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran badan usaha milik desa (Bumdes) dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) “Pelangi” dalam memasarkan wisata bukit kapur “Setigi” dalam menarik pengunjung. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dan menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bumdes dan Pokdarwis “Pelangi” di Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik dengan memanfaatkan media sosial dan bekerjasama dengan komunitas anak muda di daerah Gresik, serta bekerjasama dengan dinas pariwisata Kabupaten Gresik.

Copyright © 2019 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office :

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id