

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POTENSI PARIWISATA DANAU BUYAN SEBAGAI DESA WISATA PREMIUM DI BALI

Pulau Bali, salah satu pulau yang terletak di Indonesia yang sudah terkenal di mancanegara akan keunikan adat, alam yang indah dan banyak hal unik dari pulau Bali . Hal ini membuat sektor pariwisata di Bali menjadi pemasukan dan menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat Bali, Pemerintah Bali turut membangun destinasi wisata baru untuk memenuhi kebutuhan pariwisata, salah satunya pada wilayah Bali Utara yang belum cukup populer, destinasi wisata Danau yang berpotensi menjadi destinasi baru yaitu Danau Buyan yang terletak di Desa Pancasari, Danau Buyan memiliki landscape yang indah dan asri dengan menjadikan Danau Buyan sebagai Kawasan premium, Peneliti meneliti area destinasi terutama dari strategi komunikasi pemasaran yang diimplementasikan di destinasi tersebut. Peneliti memiliki tiga informan dalam triangulasi data dan memakai analisis data Nvivo 12 untuk pengolahan data dan metode deskriptif kualitatif yang membutuhkan teknik wawancara yang mendalam dengan informan, skripsi ini menggunakan triangulasi hasil yang disetujui oleh ahli dan di review, hasil dari kesimpulan dalam strategi pemasaran yang dilakukan sudah berhasil dan perlu peningkatan lagi terutama dari pemasaran dan atraksi *modern* untuk bisa meningkatkan stimulus wisatawan dalam niat berkunjung, dari observasi lapangan dan wawancara area danau buyan sudah siap menjadi daerah kawasan premium baik dari segi infrastruktur yang tersedia pavingisasi, parkir dan memiliki gazebo untuk wisatawan, selain itu Danau Buyan juga sudah baik dalam meregulasi pedagang dalam satu lingkup supaya terpusat, sedangkan dari segi pemasaran online khususnya sosial media perlu di tingkatkan agar bisa mengoptimalkan dalam memasarkan destinasi area wisata tersebut.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Kawasan Premium, Danau Buyan

UNIVERSITAS
CIPUTRA

ENTREPRENEURS

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES POTENTIAL TOURISM OF BUYAN LAKE AS A PREMIUM TOURISM VILLAGE IN BALI

The island of Bali, one of the islands located in Indonesia, which is well known abroad for its unique customs, beautiful nature and many unique things from the island of Bali. This makes the tourism sector in Bali an income and a part of the lives of the Balinese people, the Government of Bali is also building new tourist destinations to meet tourism needs, one of which is in the North Bali area which is not yet popular enough, a Lake tourist destination that has the potential to become a new destination, namely Lake Buyan, which is located in Pancasari Village, Lake Buyan has a beautiful and beautiful landscape by making Lake Buyan a premium area. Researchers researched the destination area, especially from the marketing communication strategy implemented at the destination. The researcher has three informants in data triangulation and uses Nvivo 12 data analysis for data processing and qualitative descriptive methods that require in-depth interviews with informants, this thesis uses triangulation of results approved by experts and reviewed, the results of the conclusions in the marketing strategy carried out it has been successful and needs further improvement, especially from marketing and modern attractions to be able to increase tourist stimulus in visiting intentions, from field observations and interviews the Buyan lake area is ready to become a premium area both in terms of infrastructure that is available paving, parking and has a gazebo for tourists, Besides that, Lake Buyan has also been good at regulating traders in one area so that it is centralized, while in terms of online marketing, especially social media, it needs to be improved in order to optimize marketing of the tourist area's destinations.

Keywords : Marketing Communication Strategies, Buyan Lake, Tourist Destinations

