

**KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT
PENGUNJUNG PARIWISATA
(STUDI KASUS PADA ALINIA *PARK AND RESORT* DI
KABUPATEN DHARMASRAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



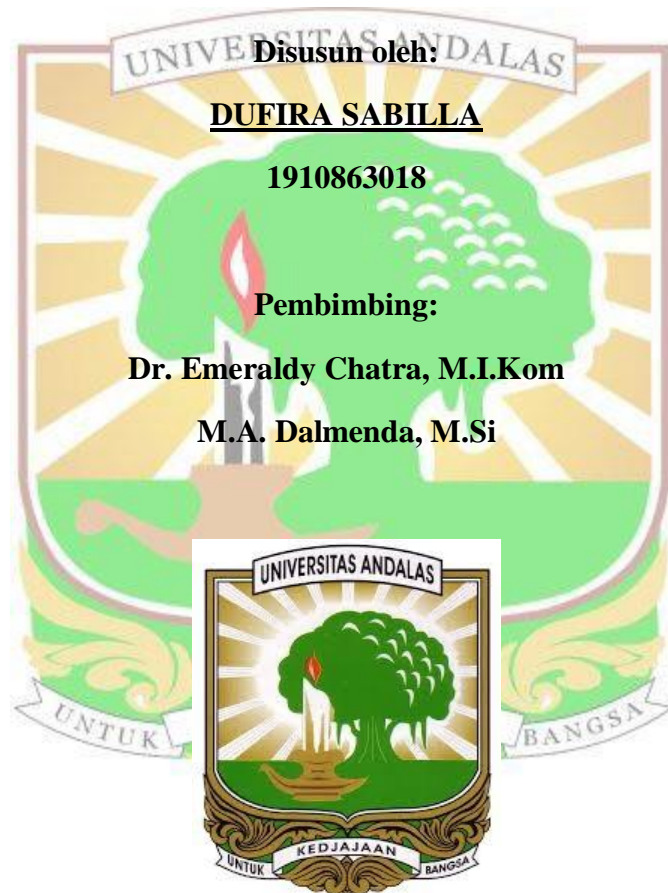
**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2023

**KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT
PENGUNJUNG PARIWISATA
(STUDI KASUS PADA ALINIA *PARK AND RESORT* DI
KABUPATEN DHARMASRAYA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Andalas



Disusun oleh:

DUFIRA SABILLA

1910863018

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

M.A. Dalmenda, M.Si

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

2023

ABSTRAK

KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG PARIWISATA (STUDI KASUS PADA ALINIA *PARK AND RESORT* DI KABUPATEN DHARMASRAYA)

Oleh:

Dufira Sabilla

1910863018

Pembimbing:

Dr, Emeraldy Chatra, M.I.Kom

M.A Dalmenda, M.Si

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya objek wisata baru di Kabupaten Dharmasraya yang mengacu pada konsep objek wisata seperti di luar negeri. Objek wisata yang bernama *Alinia Park and Resort* ini berlokasi di daerah yang terkenal dengan perkebunan sawit. *Alinia Park and Resort* mampu bertahan lebih dari satu tahun di tengah kondisi objek wisata Dharmasraya yang eksis untuk sementara waktu lalu mati terbengkalai dan di tengah kondisi masyarakatnya yang haus akan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan *Alinia Park and Resort* untuk menarik minat pengunjung serta mengetahui hambatan komunikasi *Alinia Park and Resort* dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran untuk menarik minat pengunjung. Teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *Integrated Marketing Communication*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah *Alinia Park and Resort* telah melakukan keseluruhan kegiatan dari elemen bauran promosi dalam IMC namun masih belum maksimal dalam pelaksanaannya. Kegiatan yang sudah berjalan dengan maksimal yaitu *direct marketing, internet/interactive marketing, sales promotion, personal selling, event and experience*, serta *public relations*. Sedangkan kegiatan periklanan dan *word of mouth* belum berjalan dengan baik. Selanjutnya hambatan komunikasi *Alinia Park and Resort* dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran yaitu hambatan psikologis (penolakan pengunjung dan kurangnya respon terkait iklan), hambatan teknis (keterbatasan SDM), hambatan fisik (akses jalan), dan hambatan budaya (adanya pungutan liar).

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, IMC, *Alinia Park and Resort*, Minat Pengunjung