

**ANALISIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA KE PUNCAK
LAWANG
(STUDI PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA
KABUPATEN AGAM)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh :

ANNISA RAHMAN

1410861010

Pembimbing:

Yesi Puspita, S.Sos, M.Si

Revi Marta, M.I.Kom

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2019

ABSTRAK

ANALISIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA KE PUNCAK LAWANG (STUDI PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN AGAM)

Oleh:
Annisa Rahman
1410861010

Pembimbing:
Yesi Puspita, S.Sos, M.Si
Revi Marta, M.T.Kom

Integrated marketing communication adalah sebuah strategi bisnis yang menggabungkan semua elemen bauran pemasaran guna meningkatkan promosi penjualan dan hubungan berkelanjutan dengan pelanggan, karyawan maupun *stakeholder*. IMC dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Agam untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Puncak Lawang. Objek wisata Puncak Lawang merupakan wisata alam dan tujuan destinasi no.1 di Agam yang dikelola langsung oleh masyarakat setempat di bawah pengawasan disparpora selaku pemerintah daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana IMC yang telah dilakukan oleh Disparpora serta peran masyarakat sekitar selaku pengelola objek wisata untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Puncak Lawang. Upaya meningkatkan kunjungan ini dibedah dengan menggunakan model IMC. Metode penelitian adalah deskriptif-kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Puncak Lawang dan kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Agam. Dalam penelitian ini, informan penelitian adalah pihak Disparpora yaitu Bidang Pengembangan dan Promosi Pariwisata, pihak pengelola objek wisata Puncak Lawang, masyarakat sekitar Nagari Lawang, pengunjung dan pengamat pariwisata.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Disparpora melakukan keseluruhan elemen bauran pemasaran pada IMC yaitu *advertising, personal selling, sales promotion, interactive/ internet marketing, direct marketing, publisitas/ public relation, word of mouth, event and experiences*. Namun dari delapan bauran pemasaran tersebut yang paling optimal adalah *internet/ interactive marketing* dan juga *word of mouth*. Selanjutnya yang kurang optimal adalah *direct marketing* dan *sales promotion*.

Kata Kunci : IMC, Objek Wisata, Puncak Lawang, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Agam.

ABSTRACT

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION ANALYSIS AS AN EFFORT TO INCREASE TOURIST TO THE PUNCAK LAWANG (STUDY AT DISPARPORA OF AGAM REGENCY)

By:

**Annisa Rahman
1410861010**

Supervisors:

**Yesi Puspita, S.Sos, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Integrated marketing communication is a business strategy which combine all of the marketing mix aspects to increase the selling promotion and making good relation with costumer, employee and also stakeholder. The Disarpora of Agam Regency use IMC to increase the tourist to visit Puncak Lawang. This object is a nature tourism object and it is predicated as the number one tourism object who managed by citizen and still controlled by Disarpora.

This research aims to know how IMC has done by Disarpora and also the role of citizen as the manager of this tourism object. The Efforts in increasing this tourist of Puncak Lawang is using IMC Model and descriptive-qualitative methode. This research is managed in tourism object of Puncak Lawang and Disarpora office.

The result of this research showed that Disarpora has already did every aspects of marketing mix in IMC which is advertising, personal selling, sales promotion, interactive, internet marketing, direct marketing, publisitas/ public relation, word of mouth, event and experiences. From those marketing mix promotion aspects, the most optimized IMC is internet/ interactive marketing and word of mouth. Then, the least optimized is direct marketing and sales promotion.

Keywords : IMC, Tourism Object, Puncak Lawang, Disarpora