

**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT FESTIVAL DURIAN
KABUPATEN SOLOK SELATAN 2025**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Andalas

Oleh:

**Anita Rafia Desra
2110862013**

Pembimbing:

**Vitania Yulia, S.Sos, MA
Ilham Havifi, M.I.Kom**

Acc Semhas PBB I
11/8/25
Acc Sidang Skripsi
Acc Semhas
Pbb 2
6/8-2025



**DEPERTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
2025**

**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT FESTIVAL DURIAN
KABUPATEN SOLOK SELATAN 2025**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Andalas

Oleh:

Anita Rafia Desra

2110862013

Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos, MA

Ilham Havifi, M.I.Kom



**DEPERTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
2025**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT FESTIVAL DURIAN KABUPATEN SOLOK SELATAN 2025

Oleh:

Anita Rafia Desra

2110862013

Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos, MA

Ilham Havifi, M.I.Kom

Festival Durian merupakan salah satu *event* pariwisata unggulan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Solok Selatan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Solok Selatan melalui promosi potensi lokal yang khas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi penerapan *Integrated Marketing Communication* dalam mempromosikan *event* Festival Durian Kabupaten Solok Selatan 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma Post-positivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Model *Integrated Marketing Communication* oleh Kotler & Keller digunakan sebagai kerangka analisis dengan fokus kajian pada delapan elemen komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi IMC dalam Festival Durian 2025 diwujudkan melalui kolaborasi lintas sektor, khususnya antara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Dinas Komunikasi dan Informatika, serta Pemerintah Nagari Lubuk Gadang Utara. *Sales promotion* dilakukan melalui paket khusus dan *doorprize*, *direct marketing* melalui undangan langsung dan penyebaran *flyer*, serta *digital marketing* melalui media sosial dan kolaborasi antar-OPD. Kegiatan festival dirancang partisipatif sebagai bentuk *event & experience*, *word of mouth* tumbuh dari ajakan masyarakat secara langsung maupun lewat media sosial, *personal selling* dilakukan oleh panitia dengan mengajak masyarakat secara langsung, *advertising* melalui kerja sama dengan media dan baliho, serta *public relations* melalui *press release*, kerja sama media nasional, dan siaran radio.

Kata Kunci: Festival Durian, *Integrated Marketing Communication*, Promosi Wisata, Pariwisata Daerah, Solok Selatan

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION IN PROMOTING THE DURIAN FESTIVAL EVENT OF SOLOK SELATAN REGENCY 2025

By:

Anita Rafia Desra

2110862013

Supervisor:

Vitania Yulia, S.Sos, MA

Ilham Havifi, M.I.Kom

The Durian Festival is one of the leading tourism events organized by the Government of Solok Selatan Regency with the aim of increasing tourist visits to the region through the promotion of distinctive local potentials. This study aims to describe the strategy of implementing Integrated Marketing Communication in promoting the 2025 Durian Festival of Solok Selatan Regency. The research employs a descriptive qualitative approach within a post-positivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Kotler & Keller's Integrated Marketing Communication model was applied as the analytical framework, focusing on eight elements of communication. The findings reveal that the IMC strategy in the 2025 Durian Festival is manifested through cross-sector collaboration, particularly between the Department of Tourism and Culture, the Department of Communication and Informatics, and the Government of Nagari Lubuk Gadang Utara. Sales promotion was implemented through special packages and door prizes, direct marketing through direct invitations and flyer distribution, and digital marketing through social media and inter-agency collaboration. The festival activities were designed to be participatory as a form of event and experience, word of mouth emerged from community engagement both directly and via social media, personal selling was carried out by the committee through direct community outreach, advertising was conducted through media partnerships and billboards, while public relations were realized through press releases, collaboration with national media, and radio broadcasts.

Keywords: *Festival Durian, Integrated Marketing Communication, Tourism Promotion, Regional Tourism, Solok Selatan*