

ABSTRACT

AULIA DARMA CITRA. 126304211013. “Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Mempertahankan Minat Pengunjung Pada Objek Wisata Sumur Amber di Kabupaten Blitar”.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi, Sumur Amber, Minat Pengunjung, IMC

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh pengelola yang menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola strategi komunikasi pemasaran untuk mempertahankan minat pengunjung. Selain itu, evaluasi terhadap strategi yang dijalankan menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana strategi tersebut berjalan sesuai harapan dan untuk mengidentifikasi hambatan yang muncul dalam upaya menjaga loyalitas wisatawan. Dalam prosesnya, pengelola Sumur Amber perlu menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan perubahan kebutuhan serta preferensi pengunjung, sekaligus mengatasi berbagai kendala baik dari sisi internal maupun eksternal. Oleh karena itu, analisis terhadap pengelolaan, tantangan, dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran menjadi sangat penting guna memastikan daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata ini di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelola objek wisata Sumur Amber di Kabupaten Blitar merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran guna mempertahankan minat pengunjung, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses tersebut, serta solusi yang dilakukan untuk mengatasi hambatan untuk menjaga loyalitas wisatawan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan mengenai strategi komunikasi pemasaran dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana pengelola wisata menghadapi tantangan serta melakukan evaluasi dalam mempertahankan minat dan loyalitas pengunjung.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada objek wisata Sumur Amber. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola dan pengunjung, observasi langsung di lapangan, serta dokumentasi berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pihak pengelola. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memahami strategi, tantangan, dan proses evaluasi komunikasi pemasaran yang diterapkan di destinasi wisata tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Sumur Amber telah menerapkan teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) dalam upaya mempertahankan minat pengunjung. Berbagai saluran komunikasi yang mencakup *direct marketing, sales promotion, public relations, personal selling, advertising, word of mouth marketing, event and experience*, serta *interactive marketing*. Dalam implementasinya ditemukan tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya sehingga pengelolaan wisata belum optimal. Evaluasi dan penyesuaian strategi secara berkala terus dilakukan agar loyalitas pengunjung tetap terjaga.

ABSTRACT

AULIA DARMA CITRA. 126304211013. *“Marketing Communication Strategy to Sustain Visitor Interest in the Sumur Amber Tourist Attraction in Blitar Regency”*.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Communication Strategy, Sumur Amber, Visitor Interest, IMC*

This thesis is motivated by managers who face various challenges in managing marketing communication strategies to maintain visitor interest. In addition, evaluation of the strategies implemented is important to determine the extent to which the strategy is running as expected and to identify obstacles that arise in efforts to maintain tourist loyalty. In the process, Sumur Amber managers need to adjust their communication approach to changes in visitor needs and preferences, while overcoming various obstacles both internally and externally. Therefore, analysis of the management, challenges, and evaluation of marketing communication strategies is very important to ensure the attractiveness and sustainability of this tourist destination amidst increasingly tight competition.

This study aims to analyze how the management of the Amber Well tourist attraction in Blitar Regency designs and implements marketing communication strategies to maintain visitor interest, identify challenges faced in the process, and solutions taken to overcome obstacles to maintain tourist loyalty. This study is expected to be able to provide scientific contributions regarding marketing communication strategies and enrich the understanding of how tourism managers face challenges and conduct evaluations in maintaining visitor interest and loyalty. This study uses a qualitative method with a case study approach at the Sumur Amber tourist attraction. Data were collected through in-depth interviews with managers and visitors, direct observations in the field, and documentation of various activities carried out by the management. Data analysis was carried out descriptively to understand the strategies, challenges, and evaluation processes of marketing communications applied at the tourist destination.

The results of the study indicate that the management of Sumur Amber has implemented the theory of Integrated Marketing Communication in an effort to maintain visitor interest. Various communication channels include direct marketing, sales promotion, public relations, personal selling, advertising, word of mouth marketing, event and experience, and interactive marketing. In its implementation, challenges were found in terms of limited resources so that tourism management was not optimal. Periodic evaluation and adjustment of strategies continue to be carried out so that visitor loyalty is maintained.