

ABSTRAK

Tri Marliani Marisa Handayani. 24071118098. Judul penelitian ini adalah: Strategi Komunikasi Pengembangan Wisata Kuliner Kerkof Dispora Garut.

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu hal penting yang memegang peranan besar dalam hal berbisnis. Dalam strategi komunikasi pemasaran, terdapat konsep IMC (Integrated Marketing Communication) yang berfokus pada pemasaran produk, layanan, dan fasilitas untuk mendapatkan opini public yang baik dan menjadi daya tarik bagi pengunjung. Di masa kini, bisnis di bidang kuliner sangatlah berkembang pesat. Salah satu wisata kuliner yang cukup terkenal di Garut kota adalah Wisata Kuliner Kerkof Garut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Wisata Kuliner Kerkof Garut baik dari segi periklanan, promosi penjualan, humas dan publikasi, penjualan personal, serta pemasaran langsung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teori strategi komunikasi *Integrated Marketing Communication*. Objek penelitian ini adalah Wisata Kuliner Kerkof Garut yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, serta studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wisata Kuliner Kerkof Garut telah melakukan semua strategi komunikasi terpadu dengan baik. Untuk periklanan dan promosi penjualan, Wisata Kuliner Kerkof Garut lebih memanfaatkan media sosial yang ada. Untuk humas, penjualan personal, serta pemasaran langsung, Wisata Kuliner berupaya sebaik mungkin dengan memanfaatkan kerja sama dengan berbagai pihak sponsor. Untuk hambatan yang dihadapi saat ini dari Wisata Kuliner Kerkof Garut sendiri ialah mengenai permasalahan internal dan pengadaan fasilitas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Wisata Kuliner

ABSTRACT

Tri Marliani Marisa Handayani. 24071118098. The title of this research is: Communication Strategy For Development of Culinary Tourism Kerkof Garut.

Marketing communication is one of the important aspects that plays a significant role in business. In marketing communication strategies, there is a concept called IMC (Integrated Marketing Communication) which focuses on marketing products, services, and facilities to obtain good public opinion and attract visitors. Nowadays, the culinary business is rapidly growing. One of the well-known culinary attractions in Garut city is Kerkof Garut Culinary Tourism.

The purpose of this research is to understand the strategies implemented by Kerkof Garut Culinary Tourism in terms of advertising, sales promotion, public relations and publicity, personal selling, and direct marketing. The research method used in this study is a qualitative research method with the theory of Integrated Marketing Communication strategy. The research object is Kerkof Garut Culinary Tourism, which employs data collection techniques through observation, interviews, and literature studies.

The results show that Kerkof Garut Culinary Tourism has implemented all integrated communication strategies well. For advertising and sales promotion, Kerkof Garut Culinary Tourism makes the most use of existing social media. For public relations, personal selling, and direct marketing, the Culinary Tourism makes every effort by collaborating with various sponsors. The current obstacles faced by Kerkof Garut Culinary Tourism are internal issues and facility procurement.

Keywords: Communication Strategy, Culinary Tourism.