# **ABSTRAK**

Penelitian ini Berjudul “Strategi Komunikai Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Bandung Dalam Memulihkan Industri pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19” yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung Dalam Memulihkan Pariwisata Di Tengah Pandemic Covid-19

Tujuan dan kegunaan dilakukan nya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung dalam memulihkan Pariwisata Di tengah Pandemic covid-19 dilihat dari 5 aspek yaitu *advertising, public Relations* dan *publicity, event* dan *sponsorship, sales promotion, Personal Sealing.*

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu IMC ( *integrated marketing communications)* dari Therence A. Shimp. Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini dengan cara *internet searching,* observasi dan wawancara dengan informan yang sudah di tentukan

Peneliti menarik Kesimpulan dari hasil Analisa penelitian yang didasarkan pada konsep komunikasi pemasaran Terpadu IMC oleh Therence A.Shimp, Bahwa Disbudpar Kota Bandung telah menerapkan 5 bauran komunikasi pemasaran Terpadu IMC dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran

Setelah dilakukan penelitian, hal yang ingin peneliti sarankan kepada DIsbudpar Kota Bandung adalah Disbudpar Kota Bandung Harus bisa Memanfaatkan Teknologi saat ini dalam melakukan upaya untuk pemulihan Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, pemasaran, pemulihan, Pariwisata, Pandemi covid-19

# ***ABSTRACT***

*This study Titled "Strategy Marketing Communications Department of Tourism Culture Bandung In the Restore tourism industry in the Middle Pandemic Covid-19" by Disbudpar Bandung In the Restore Tourism in the Middle Pandemic Covid-19*

*Purpose and usefulness undertook this study is to find out how The marketing communication strategy of the Bandung City Culture and Tourism Office in restoring tourism in the midst of the Covid-19 pandemic is seen from 5 aspects, namely advertising, public relations and publicity, events and sponsorship, sales promotion, and personal sealing.*

*The research method used by researchers in this study is using qualitative methods. The theory used in this study is the Integrated Marketing Communications Theory IMC (integrated marketing communications) from Therence A. Shimp. Data collection techniques in this study by means of internet searching, observation and interviews with informants who have been determined. The*

*Author draws conclusions from the results of the analysis of research based on the concept of Integrated Marketing Communications IMC by Therence A.Shimp, that Disbudpar Bandung City has implemented 5 marketing communication mixes Integrated IMC in carrying out marketing communication strategy*

*After conducting the research, the want researchers suggest to Disbudpar Bandung is Disbudpar Bandung Should be able Utilizing current technology in its efforts to restore Tourism in the Middle Pandemic Covid-19*

*Keywords: communications strategy, marketing communications , marketing, recovery, Tourism, Covid-19 pandemic*

# **RINGKESAN**

Panilitian ieu Judulna "Strategi Pemasaran Komunikasi Jurusan Budaya Pariwisata Bandung Dina Mulangkeun industri pariwisata di Tengah Pandemi Covid-19" ku Disbudpar Bandung Dina Pamulihan Pariwisata di Tengah Pandemi Covid-19

Tujuan sareng kagunaan anu dilakukeun dina ieu panalungtikan nyaéta pikeun milarian terang kumaha Strategi komunikasi pamasaran Kantor Budaya sareng Pariwisata Kota Bandung dina malikkeun pariwisata di tengah pandemi Covid-19 ditingali tina 5 aspek, nyaéta iklan, hubungan masarakat sareng publisitas, acara sareng sponsor, promosi penjualan, sarengpribadi panyegelan.

Métode panilitian anu digunakeun ku panaliti dina panilitian ieu nyaéta ngagunakeun metode kualitatif Téori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta Integrated Marketing Communities Theory IMC (komunikasi pamasaran terpadu) ti Therence A. Shimp. Téhnik ngumpulkeun data dina panilitian ieu ku cara maluruh internét, obsérvasi sareng wawancara sareng narasumber anu parantos ditangtoskeun.

Panulis narik kasimpulan tina hasil analisis panalungtikan dumasar kana konsép Integrated Marketing Komunikasi IMC ku Therence A.Shimp, yén Disbudpar Kota Bandung parantos ngalaksanakeun 5 campuran komunikasi pamasaran IMC Terpadu dina ngalaksanakeun stratégi komunikasi pamasaran

Saatos ngalaksanakeun panilitian, anu hoyong panaliti nyarankeun ka Disbudpar Bandung nyaéta Disbudpar Bandung Kedah tiasa Ngamangpaatkeun téknologi ayeuna dina usahana malikkeun Pariwisata di Tengah Pandemik Covid- 19

Kata konci: strategi komunikasi, komunikasi pamasaran, pamasaran, pamulihan, Pariwisata, pandemi Covid-19