

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI PROMOSI ONJEK PARIWISATA PESONA TAMAN PUSPA KABUPATEN SUMEDANG (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Objek Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh objek wisata pesona taman puspa kabupaten Sumedang dalam menarik pengunjung dan penyebaran informasinya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori promotion mix dari Basu Swastha. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara studi Pustaka, observasi dan wawancara mendalam. Dengan jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 8 orang yang terdiri dari 2 informan inti/ahli, 1 informan akademis, dan 5 informan pendukung.

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa objek wisata Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang menggunakan strategi *advertising* melalui media online dan media sosial salah satunya instagram untuk mempromosikan objek wisata serta strategi *public relation* bekerjasama dengan media yaitu dengan wartawan sekitar, selain itu pengelola objek wisata taman puspa juga menggunakan strategi publikasi dengan bekerjasama dengan Universitas Widyatama Bandung.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Pariwisata, Objek Wisata Pesona Taman Puspa

ABSTRACT

The title of this research is "PROMOTION STRATEGY FOR THE enchantment of TAMAN PUSPA TOURISM OBJECT IN SUMEDANG REGENCY (Qualitative Descriptive Study of Promotional Strategy for Enchantment Objects of Taman Puspa, Sumedang Regency)". This study aims to find out how the promotional strategy carried out by the charm of Taman Puspa tourism object in Sumedang Regency in attracting visitors and disseminating information.

The research method used in this research is descriptive qualitative, using the theory of promotion mix from Basu Swastha. The data collection technique in this research is by means of literature study, observation and in-depth interviews. The number of informants in this study were 8 people consisting of 2 core informants/experts, 1 academic informant, and 5 supporting informants.

The results of research conducted by researchers show that the Pesona Taman Puspa tourism object, Sumedang Regency uses advertising strategies through online media and social media, one of which is Instagram to promote tourism objects. as well as a public relations strategy in collaboration with the media, namely with journalists around, besides that the manager of the Taman Puspa tourism object also uses a publication strategy in collaboration with Widyatama University Bandung.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism, Attractions Enchantment of Taman Puspa

RINGKESAN

Judul dina ieu panalungtikan nyaéta “STRATEGI PROMOSI Obyek PARIWISATA TAMAN PUSPA KABUPATEN SUMEDANG (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Objek Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang)”. Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho kumaha stratégi promosi anu dilaksanakeun ku daya tarik obyek wisata Taman Puspa di Kabupatén Sumedang dina narik pengunjung jeung nyebarkeun informasi.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta déskriptif kualitatif, ngagunakeun tiori bauran promosi ti Basu Swastha. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan nya éta ku cara studi pustaka, observasi jeung wawancara mendalam. Jumlah informan dina ieu panalungtikan nya éta 8 urang anu diwangun ku 2 informan inti/ahli, 1 informan akademik, jeung 5 informan pendukung.

Hasil panalungtikan anu dilakukeun ku panalungtik némbongkeun yén obyek wisata Pesona Taman Puspa Kabupatén Sumedang ngagunakeun stratégi iklan ngaliwatan média online jeung média sosial, salah sahijina nyaéta Instagram pikeun ngamajukeun objék wisata. Kitu ogé stratégi Humas gawé bareng jeung média, nya éta jeung wartawan sabudeureun, sagigireun éta pengelola obyek wisata Taman Puspa ogé ngagunakeun strategi publikasi gawé bareng jeung Universitas Widyatama Bandung.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pariwisata, Obyek Wisata Taman Puspa