

ABSTRAK

Penelitian mengenai Analisis Komunikasi Pariwisata Di Desa Pasirmulya Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung (Studi Kasus Kampung Wangun Sebagai Desa Wisata) bertujuan untuk mengetahui komunikasi pariwisata apa yang telah digunakan Kampung Wangun sebagai desa wisata, hambatan yang terjadi serta solusi yang dilakukan oleh Desa Pasirmulya dan Kampung dalam menghadapi persaingan sebagai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bandung.

Penelitian ini menggunakan teori Sumiyati & Murdiyanto (2018) mengenai strategi komunikasi pariwisata yang di dalamnya terdapat strategi komunikasi pemasaran yakni penjualan, periklanan, pemasaran langsung, *public relations*, *sponsorship*, *point of sale and merchandise*, dan evaluasi. Penelitian ini pula dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Kampung Wangun baru melakukan langkah awal dalam berinovasi dengan tidak lupa memberdayakan masyarakat sebagai dasar kekuatan desa wisata (2) Hambatan yang dihadapi oleh Kampung Wangun yakni keterbatasan dalam pengetahuan mengenai konsep desa wisata dan juga komunikasi pariwisata (3) Solusi yang sedang dilakukan Kampung Wangun dan Desa Pasirmulya untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dengan melakukan inovasi dalam pembangunan area wisata dan terus melakukan pemberdayaan kepada masyarakat.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Pemasaran, Wisata

ABSTRACT

Research on Tourism Communication Analysis in Pasirmulya Village, Banjaran District, Bandung Regency (Case Study of Kampung Wangun as a Tourism Village) aims to find out what tourism communication has been used by Kampung Wangun as a tourist village, the obstacles that occur and the solutions carried out by Pasirmulya Village and the village in facing competition as a tourist destination in Bandung Regency.

This study employs the communication strategy theory proposed by Sumiyati & Murdiyanto (2018), which encompasses marketing communication strategies, including sales, advertising, direct marketing, public relations, sponsorship, point of sale and merchandise, and evaluation. This study employed qualitative research methods, specifically a case study approach, to collect data through observation, in-depth interviews, and document analysis. The data analysis technique employed was reduction, presentation, and conclusion drawing.

The findings of this study can be summarized as follows: (1) The village of Wangun has only recently begun to implement innovative strategies, while simultaneously ensuring that the local community is empowered as a fundamental strength of the village. (2) The primary challenge that the village of Wangun is currently facing is a lack of knowledge. (3) In terms of the concept of a tourist village and the field of tourism communication, the solutions currently being implemented by Kampung Wangun and Desa Pasirmulya to increase visitor numbers involve innovative developments in tourist facilities and the ongoing empowerment of local communities.

Keywords: *Strategy, Tourism Communication, Marketing Communication, Tourism*