

## ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor prospektif yang dapat memberikan kontribusi dalam menambah devisa negara, baik untuk pemerintah pusat maupun daerah. Salah satu potensi wisata daerah yang menjanjikan adalah Pesisir Barat yang berada di provinsi Lampung. Demi meningkatkan pariwisata daerahnya, pemerintah Kabupaten Pesisir Barat melalui Dinas Pariwisata menyelenggarakan *special event* tahunan bertaraf internasional yang dinamakan Festival Teluk Stabas. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Pesisir Barat sebanyak 15.389 orang. Namun, pada semester pertama tahun 2017 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung turun menjadi 4.757 orang. Penyelenggaraan Festival Teluk Stabas 2017 tidak luput dari upaya-upaya yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat melalui program komunikasi pemasaran pariwisata yang tepat dan efektif. Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk meneliti Bagaimana komunikasi pemasaran pariwisata *special event* Festival Teluk Stabas 2017 yang diselenggarakan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat Lampung. Penelitian tentang komunikasi pemasaran pariwisata *special event* Festival Teluk Stabas 2017 ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat dalam penyelenggaraan Festival Teluk Stabas 2017 menggunakan komunikasi pemasaran terpadu, yaitu 1) periklanan berupa media cetak dan media online; 2) penjualan personal dengan mengikuti pameran pariwisata daerah; 3) hubungan masyarakat; 4) promosi penjualan yang menggratiskan semua kegiatan lomba pada Festival Teluk Stabas; dan 5) pemasaran langsung berupa telemarketing. Kelima komponen komunikasi pemasaran terpadu tersebut digunakan untuk menstimulus wisatawan berkunjung ke Pesisir Barat.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, pariwisata, *special event*.

## ABSTRACT

*Tourism is a prospective sector that can contribute to increase Indonesia's revenue, both for central and local governments. One of the promising local tourism potentials is Pesisir Barat in Lampung province. In order to increase local tourism, Pesisir Barat government through its Tourism Agency holds an annual international special event called Teluk Stabas Festival. In 2016 the number of foreign tourists who were visiting Pesisir Barat reached 15,389 people. However, in the first semester of 2017 the number of foreign tourists who were visiting dropped to 4,757 people. The Teluk Stabas Festival 2017 did not escape from the efforts made by Pesisir Barat Regency Tourism Agency through an appropriate and effective tourism marketing communication program. Therefore, the researcher intends to examine how is the communication of tourism marketing special events of Teluk Stabas Festival 2017 which held by the Tourism Agency of Pesisir Barat Regency of Lampung. The research on the marketing communication of special events for the 2017 Teluk Stabas Festival uses a qualitative descriptive approach with a case study method. The results of this study indicate that Pesisir Barat Tourism Agency who was organizing the 2017 Pesisir Barat Festival uses integrated marketing communication, namely 1) advertising in the form of printed and online media; 2) personal selling by attending regional tourism exhibitions; 3) public relations; 4) sales promotion that makes all competition activities at Teluk Stabas Festival were free of charge; and 5) direct marketing such as telemarketing. These five components of integrated marketing communication are used to stimulate tourist visiting Pesisir Barat.*

*Keywords: marketing communication, tourism, special event.*