



INTISARI

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk membahas profil Pengembangan Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara (P3PKN) dan menjelaskan strategi bauran promosi yang terdapat di P3PKN dalam melakukan kegiatan promosi untuk mempromosikan Aceh sebagai Destinasi Pariwisata.

Metode yang digunakan untuk menulis tugas akhir ini adalah metode kualitatif. Metode ini digunakan dengan melakukan pengamatan langsung di kantor P3PKN selama magang dari April-Juni 2018. Setelah itu, penulis mewawancarai secara langsung staf yang bekerja di Pengembangan Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara (P3PKN) terkait profil P3PKN dan strategi promosi yang digunakan oleh P3PKN dalam melakukan kegiatan promosi. Penulis juga melakukan studi pustaka untuk menemukan data tentang sector pariwisata dan strategi bauran promosi untuk memperkuat dan mencari tahu lebih banyak penjelasan untuk tugas akhir ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara (P3PKN) adalah lembaga konsultan pariwisata yang biasanya mengatur beberapa acara promosi sebagai tujuan promosi wisata. P3PKN bertanggung jawab untuk mempromosikan Aceh sebagai tujuan wisata. Untuk mempromosikan pariwisata di Aceh, P3PKN menggunakan Strategi Bauran Promosi dalam melakukan kegiatan promosi. Ini adalah alat pemasaran untuk terlibat dan berkomunikasi dan juga membangun hubungan pelanggan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Strategi Bauran Promosi memiliki enam alat instrumen, yaitu periklanan, pemasaran langsung, internet/ pemasaran media interaktif, promosi penjualan, publisitas/ hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi.

Kata kunci: Pariwisata Aceh, P3PKN, Strategi Bauran Promosi.



ABSTRACT

This study aims to discuss the profile of Pengembangan Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara (P3PKN) and to explain the promotional mix strategy in doing promotional activity to promote Aceh as Tourism Destination.

The method that the writer used is qualitative method. This method was used by doing a direct observation in P3PKN office during an internship from April-June 2018. Afterward, the writer interviewed directly staffs of Pengembangan Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara (P3PKN) about the profile of P3PKN and promotional strategy used by P3PKN in doing promotional activity. The writer also did library study to find the data about the tourism sector and promotional mix strategy to strengthen and find out more explanation for this graduating paper.

The results of this study show that Pengembangan *Pendidikan Promosi Kebudayaan Nusantara* (P3PKN) as a consultant tourism institution which usually arrange some promotional events is responsible to promote Aceh as a tourism destination. In order to promote tourism in Aceh, P3PKN used Promotional Mix Strategy in doing promotional activity. It is the marketer's tool for engaging and communicating and building costumers relationships with customers and other stakeholders. Promotional Mix Strategy consists of six elements; they are advertising, direct marketing, internet/ interactive media marketing, sales promotion, publicity/ public relations, and personal selling.

Keywords : Aceh Tourism, Promotional Mix Strategy, P3PKN