

## CBSTRAK

Peran PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adi Sumarmo dalam pembentukan *destination awareness* terhadap destinasi pariwisata di Solo menjadi salah satu upaya pengembangan pariwisata yang sangat diperlukan karena Bandar Udara Adi Soemarmo merupakan salah satu gerbang pariwisata di Kota Solo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adi Soemarmo dalam pembentukan destination awareness pengunjung Bandar Udara terhadap destinasi pariwisata di Solo. Metode pendekatan tugas akhir ini ialah kualitatif deskriptif yakni adalah penelitian yang menggambarkan dan menganalisis fenomena yang terjadi serta mendefinisikannya secara apa adanya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, wawancara semistruktur, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Adi Soemarmo telah melakukan upaya strategi komunikasi pemasaran untuk membentuk destination awareness pengunjung Bandar Udara terhadap destinasi pariwisata di Solo. Dalam penerapan strategi tersebut, beberapa program sudah dilaksanakan dengan baik, namun ada beberapa yang masih belum dilakukan karena dirasa tidak relevan dengan kewenangan.

**Kata kunci:** Bandar Udara, pariwisata, *destination*, *awareness*, *destination awareness*, strategi komunikasi pemasaran

### **ABSTRACT**

*The existence of the airport is one of the key in advancing the tourism potential in the city of Solo. Adi Soemarmo International Airport in its development has become a place to develop regional tourism potential, namely the potential of Solo City. The role of PT. Angkasa Pura I (Persero) Adi Soemarmo International Airport in planning the goal of awareness of Solo tourist destinations is one of the tourism development goals that is urgently needed because Adi Soemarmo Airport is one of the gates of Solo. This study aims to determine the program of PT. Angkasa Pura I (Persero) Adi Soemarmo Airport in establishing destination awareness of airport visitors towards Solo tourism destination. This final project research method is descriptive qualitative study that analyze the phenomena that occur by considering the real situations. Data collection techniques were carried out by participant observation, semistructured interviews, and documentation. The results of this study are PT. Angkasa Pura I (Persero) Adi Soemarmo Airport has conducted a communication marketing strategy to establish destination awareness of airport visitors towards Solo tourism destination. In implementing the program, there are some struggles due to the irrelevant authority.*

**Keywords:** *airport, tourism destination, destination awareness, marketing communication*