

INTISARI

Wisata edukasi merupakan suatu kegiatan perjalanan wisata yang didalamnya mengandung nilai-nilai pembelajaran, tidak hanya bersifat wisata tetapi juga bertujuan untuk menambah ilmu-ilmu edukasi bagi wisatawan. Jawa Timur Park Group merupakan salah satu *theme park* terbesar di Indonesia yang memiliki tema edukasi dan entertainment dengan mengenalkan *brand awareness* nya kepada masyarakat sebagai wisata edukasi keluarga masa kini. Dengan 8 *theme park*, 3 museum dan 1 kebun binatang bukan hal yang mudah bagi Jatim Park untuk membuat daya ingat wisatawan menghafal ke-12 park yang ada di Jawa Timur Park Group. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang sejauh mana program *marketing* yang dilakukan untuk meningkatkan daya ingat wisatawan itu tentang Jawa Timur Park Group serta mengupas kendala-kendala yang dihadapi selama proses meningkatkan daya ingat wisatawannya.

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui evaluasi dari penerapan program strategi *marketing* yang dilakukan Jawa Timur Park Group dalam meningkatkan *brand awareness* nya terhadap wisatawan domestik. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi, dan teknik dokumentasi. Jenis data yang digunakan data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semistruktur dan observasi langsung di Jawa Timur Park Group, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi berupa buku, catatan, maupun sumber lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi dari program strategi *marketing* yang dilakukan Jawa Timur Park Group dalam meningkatkan *brand awareness* nya kepada wisatawan domestik adalah penerapan program *marketing* ini belum sepenuhnya berhasil, bahwa dalam penerapannya masih banyak ditemukan kendala yang belum teratasi dan masih perlu dilakukan peningkatan dan pematangan dalam perencanaan strategi yang dilakukan.

Kata Kunci: Strategi *Marketing*, *Brand Awareness*, Wisatawan Domestik

ABSTRACT

Educational tourism is a travel activity in which contains the values of learning, not only tourism but also aims to increase education sciences for tourists. Jawa Timur Park Group is one of the largest theme parks in Indonesia which has the theme of education and entertainment by introducing its brand awareness to the community as a family education tour today. With 8 theme parks, 3 museums, and 1 zoo, it is not easy for Jawa Timur Park Group to make the memory of tourists memorizing the 12 parks in Jawa Timur Park Group. This research is expected to be able to provide an overview of the extent to which the marketing program undertaken to improve the memory of tourists about the Jawa Timur Park Group and explore the obstacles encountered during the process of increasing the memory of tourists.

This graduating paper aims to know evaluation of the implementation of the marketing strategy program carried out by Jawa Timur Park Group in increasing its brand awareness of domestic tourists. This type of research is a descriptive qualitative research method. Data collection techniques used were interview techniques, observation and documentation techniques. The type of data used are primary and secondary data. Primary data was collected through semistructured interview and direct observation in the Jawa Timur Park Group, while secondary data was obtained from documentation in the form of books, notes, and other sources.

Based on the results of the study showed that the evaluation of the marketing strategy program conducted by Jawa Timur Park Group in increasing its brand awareness to domestic tourists is that the application of this marketing program has not been fully successful, that in its implementation there are still many obstacles that have not been overcome and still need to be improved and matured in the strategy planning that is carried out.

Keywords: Marketing Strategy, Brand Awareness, Domestic Tourist.