

## ABSTRAK

Pariwisata dinilai mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Kota Magelang yang terletak pada jalur transportasi utama regional Jawa Tengah memiliki potensi dalam menarik wisatawan. Pengembangan pariwisata dilakukan oleh Pemerintah Kota Magelang dibantu oleh Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Magelang melalui program Ayo ke Magelang 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan program Ayo Ke Magelang 2015. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penyusunan pesan. Hasil Penelitian menunjukkan Dinas Pemuda, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Magelang mempromosikan program Ayo ke Magelang 2015 menggunakan strategi komunikasi, yaitu *push strategy* dan *pull strategy* yang kemudian diterapkan pada komunikasi pemasaran terpadu. Pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran meliputi periklanan melalui media elektronik, media cetak, dan media luar ruang. *Personal selling*, dengan membuat dan mengikuti pameran serta melakukan travel dialog ke luar provinsi. Memanfaatkan sosial media, *facebook* sebagai bentuk *direct marketing*. Promosi penjualan dengan membuat *one day tour*, *fam trip* dan memberikan sampel produk unggulan. Serta menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui komunitas untuk mendukung berjalannya program Ayo ke Magelang. Melalui komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, program ini terbukti dapat meningkatkan kunjungan pariwisata, dilihat dari kenaikan tingkat kunjungan hotel pada tahun 2015.

*Keyword: Push Strategy, Pull Strategy, Komunikasi Pemasaran Terpadu.*