

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata di Indonesia terus berkembang seiring dengan semakin meningkatkannya minat wisatawan dalam mencari suasana ataupun pengalaman baru di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya. Wisata bahari merupakan salah satu sektor pariwisata yang diminati tidak hanya wisatawan dalam negeri tetapi wisatawan mancanegara juga tertarik dengan wisata bahari di Indonesia. Kwatisore merupakan kawasan konservasi Taman Nasional Teluk Cendrawasih yang memiliki potensi dalam bidang pariwisata. Wisata Kwatisore saat ini belum seterkenal kawasan wisata lain tetapi telah banyak dikunjungi oleh para wisatawan yang memiliki ketertarikan terhadap wisata berbasis alam. Aktivitas komunikasi pemasaran pariwisata kawasan berjalan sesuai dengan sistem zonasi yang telah ditentukan. Kawasan Kwatisore menerapkan strategi komunikasi pemasaran berkelanjutan dengan konsep ekowisata berbasis masyarakat. Masyarakat ikut serta dalam pengambilan keputusan, pengembangan, dan pengelolaan kawasan. Tujuan dari pengembangan pariwisata berkelanjutan Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah I Nabire adalah untuk pelestarian lingkungan sesuai dengan fungsi utama kawasan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan ekonomi. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode diskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi serta studi pustaka. Dalam penelitian ini validitas data diperoleh dengan triangulasi sumber. Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi pemasaran pariwisata Bidang Pengelolaan Taman Nasional Teluk Cendrawasih ialah pariwisata berkelanjutan dengan bekerjasama dengan pihak-pihak terkait baik pemerintah, swasta dan masyarakat sekitar kawasan. Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan memiliki peran yang cukup besar dalam pengembangan dan promosi pariwisata Kwatisore. selain Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan, masyarakat memiliki peran aktif dalam segala aktivitas pariwisata Kwatisore mulai dari akomodasi dan fasilitas kawasan yang bekerjasama dengan pemerintah dan pihak swasta. Dalam memperkenalkan kawasan wisata Kwatisore, Bidang Pengelolaan Taman Nasional menggunakan beberapa jenis promosi seperti : periklanan, *personal selling*, *word of mouth marketing*, *direct marketing* dan publisitas. Aktivitas komunikasi pemasaran pariwisata yang dilakukan Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah I Nabire terlihat belum maksimal karena kebanyakan wisatawan yang datang mengetahui kawasan Kwatisore bukan dari pihak Bidang Pengelolaan Taman Nasional melainkan dari pihak biro perjalanan.

Kata Kunci : strategi komunikasi pemasaran, pariwisata berkelanjutan, Kwatisore

ABSTRACT

The development of tourism in Indonesia growing as increased powers of tourism in search of an atmosphere or a new experience. Marine tourism is one of the most popular tourism sector for domestic and foreign. Kwatisore is a conservation area of Cenderawasih Bay National Park that has the potential in the tourism. Kwatisore has not known as the other tourism but frequently visited by tourists who has an interest of tourism based nature. The activity of communicating marketing by the zoning system which have been determined. Kwatisore implement a strategy of marketing communications sustained in the concept of community-based ecotourism. The purpose of sustainable tourism development in Cenderawasih Bay National Park Management is to conserve the environment in accordance with the main function of the region and improve the welfare of the community through economic improvement. In conducting the research, researchers used qualitative descriptive method. Technique of collecting data through interview, observation, documentation and literature study. In this study the validity of the data obtained by source triangulation. Based on the result, tourism marketing communication strategy of Cendrawasih Bay National Park Management is sustainable tourism by cooperating with related parties both government, private and community around the area. The tourism office and Travel Agency has a significant role in the development and promotion of Kwatisore tourism. Besides of tourism office and travel agencies, the local people has an active role in tourism activities from accommodation and facility in the who collaborated with government and private. In introducing the Kwatisore tourist area, the Cenderawasih Bay National Park Management uses several types of promotions such as: advertising, personal selling, word of mouth marketing, direct marketing and publicity. The activity of marketing communications that has been done of National Park Region I Nabire seen not maximal because most tourists who come to know the area not from the Field Management of the National Park but from the travel agency.

Keywords: marketing communication strategy, sustainable tourism, Kwatisore