

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran memiliki bagian yang cukup penting untuk meningkatkan jumlah pelanggan yaitu dalam menentukan strategi-strategi pelayanan jasa. Bisnis *travel agency* di Indonesia merupakan sebuah industri yang populer dan berkaitan erat dengan pengembangan industri pariwisata. Gencarnya promosi melalui media sosial JTG memiliki keunggulan jasa layanan baik dari segi harga maupun pelayanan namun yang menjadi tantangan saat ini adalah menjamurnya transportasi *online*. Rumusan masalah pada penelitian ini bagaimana strategi komunikasi pemasaran JogjaTravelGuide untuk kepada pelanggan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan bagaimana menentukan media promosi komunikasi untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh JogjaTravelGuide yaitu mencakup *advertising, direct marketing, interactive/internet marketing, sales promotions, publicity/public relations* dan *personal selling*. JogjaTravelGuide menggunakan *facebook* dan Instagram untuk terus meng-update produk apa saja yang baru di JogjaTravelGuide dan acara-acara yang melibatkan JogjaTravelGuide, memberikan informasi yang memudahkan khalayak untuk mengetahui fasilitas apa saja yang disediakan oleh JogjaTravelGuide dan memberikan informasi mengenai program-program promosi menarik yang sedang ditawarkan oleh JogjaTravelGuide. Analisis SWOT dihasilkan kekuatan JTG memiliki banyak pilihan kendaraan yang sangat layak, paket wisata yang komplit, Weaknesses yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) dan belum ada perencanaan untuk riset konsumen, Opportunities meliputi banyaknya destinasi wisata baru di Yogyakarta, meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata, perubahan kondisi sosial ekonomi yang baik serta perkembangan teknologi informasi dan Threats meliputi perkembangan dunia digital yang menjadikan persaingan semakin ketat, adanya pendatang baru yang potensial, meningkatnya pelayanan pesaing, persaingan harga, perang promosi dan kenaikan harga-harga yang akan mempengaruhi biaya operasional.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Tour and Travel*

ABSTRACT

The marketing communication strategy has an important part in increasing the number of customers, namely in determining service strategies. Business travel agency in Indonesia is a popular industry and is closely related to the development of the tourism industry. The incessant promotion through social media JTG has service excellence both in terms of price and service but the challenge now is the proliferation of online transportation. The formulation of the problem in this study is how the JogjaTravelGuide marketing communication strategy for customers to increase the number of customers and how to determine communication promotion media to increase the number of customers. This type of research is a descriptive study with qualitative data. Data collection techniques using in-depth interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the marketing strategy carried out by JogjaTravelGuide includes advertising, direct marketing, interactive / internet marketing, sales promotions, publicity / public relations and personal selling. The SWOT analysis resulted in the strength of JTG having a large selection of very decent vehicles, complete tour packages, Weaknesses namely lack of Human Resources (HR) and no planning for researching consumers, Opportunities include many new tourist destinations in Yogyakarta, increasing interest of the community to travel, changes in good socio-economic conditions and developments in information technology and Treatments include the development of the digital world which makes competition tighter, potential new entrants, increased competitor services, price competition, promotional wars and rising prices that will affect operational costs.

Keyword : Marketing Communication Strategy, Tour and Travel