

ABSTRAK

Persaingan industri Waterpark di Yogyakarta mengalami kemajuan yang cukup baik. Hadirnya berberapa Waterpark seperti Galaxy Waterpark Citra Grand Mutiara Waterpark, Balong Waterpark, Kiddo Waterpark, Karang Mojo Waterpark, Grand Zuri Waterpark, dan Jogja Bay Waterpark menambah persaingan yang cukup ketat dalam menargetkan segmennya. Salah satu Waterpark yang keberadaannya cukup eksis di Yogyakarta adalah Jogja Bay Waterpark. Demi memenangkan persaingan dengan Waterpark lainnya maka Jogja Bay Waterpark harus melakukan strategi komunikasi pemasaran yang optimal. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas dan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jogja Bay Waterpark sebagai perusahaan yang bergerak di bidang bisnis Waterpark dalam menarik minat konsumen. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah Marketing Pemasaran dan Publik Relations Jogja Bay Water Park. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis dan intepretasi data maka dapat digambarkan bahwa aktivitas dan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jogja Bay *Waterpark* dalam menarik minat konsumen secara umum sudah cukup memadai. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan di Jogja Bay Waterpark ini dilakukan melalui tiga kegiatan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi pemasaran. Kegiatan perencanaan yang dilaksanakan oleh Jogja Bay Waterpark telah dilakukan meliputi kegiatan menganalisa situasi, menetapkan khalayak sasaran komunikasi pemasaran, menetapkan tujuan komunikasi pemasaran, menetapkan anggaran, mengembangkan komunikasi pemasaran. Berikutnya adalah pelaksanaan komunikasi pemasaran di Jogja Bay Waterpark semua kegiatan komunikasi pemasaran dilakukan seperti periklanan, promosi penjualan, Humas dan publisitas, penjualan personal dan penjualan langsung (*Direct Marketing*). Kemudian kegiatan yang terakhir adalah melakukan evaluasi pelaksanaan komunikasi pemasaran di Jogja Bay Waterpark.

Kata kunci: *strategi, komunikasi pemasaran , menarik minat, pengunjung.*

ABSTRACT

Waterpark industry competition in Yogyakarta has progressed quite well. The presence of several *Waterpark such as Galaxy Waterpark Citra Grand Mutiara Waterpark, Balong Waterpark, Kiddo Waterpark, Karang Mojo Waterpark, Grand Zuri Waterpark, and Jogja Bay Waterpark* add to the tight competition in targeting its segment. One of the Waterparks that has sufficient existence in Yogyakarta is Jogja Bay Waterpark. In order to win competition with other Waterpak, Jogja Bay Waterpark must carry out an optimal marketing communication strategy. The purpose of this study was to determine the marketing communication activities and strategies applied by Jogja Bay Waterpark as a company engaged in the Waterpark business in attracting consumer interest. This research method uses descriptive qualitative research methods. The informants in this study were Jogja Bay Water Park Marketing and Public Relations Marketing. The technique of collecting data in this study was by interview and documentation. The data analysis technique used in this study is a qualitative descriptive analysis method. Based on the analysis and interpretation of data, it can be illustrated that *the integrated marketing communication activities and strategies implemented by Jogja Bay Waterpark* in attracting consumer interest in general are sufficient. The integrated marketing communication strategy carried out at Jogja Bay Waterpark is carried out through three *activities, namely planning, implementation, and evaluation of integrated marketing communication*. The planning activities carried out by *Jogja Bay Waterpark have been carried out including activities to analyze the situation, determine the target audience for marketing communications, set marketing communication goals, set budgets, develop integrated marketing communications*. Next is the implementation of integrated marketing communication at Jogja Bay Waterpark, all marketing communication activities are carried out such as *advertising, sales promotion, PR and publicity, personal sales and direct marketing*. Then the last activity is to evaluate the implementation of integrated marketing communications at Jogja Bay Waterpark.

Keywords: *strategy, integrated marketing , attract interest, visitors.*