

ABSTRAK

Keberhasilan strategi pemasaran merupakan tuntutan utama bagi Serayu Adventure Indonesia (SAI) dalam meningkatkan jumlah masyarakat atau konsumen yang berkunjung, maka dengan itu SAI melakukan berbagai perencanaan strategi komunikasi pemasaran lewat berbagai media diantaranya media sosial seperti *facebook* dan *website* yang dibuat oleh SAI untuk memudahkan masyarakat apabila ingin mengetahui informasi tentang SAI secara lengkap. Dengan demikian penulis mengadakan penelitian tentang ***“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Serayu Adventure Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Arung Jeram di Banjarnegara”***. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran terkait perencanaan dan implementasi serta evaluasi yang digunakan oleh Serayu Adventure Indonesia di Banjarnegara dalam meningkatkan promosi wisata arung jeram dan untuk memperoleh deskripsi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran Serayu Adventure Indonesia di Banjarnegara dalam meningkatkan promosi wisata arung jeram. Dari hasil penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan validitas data Triangulasi sumber yang diperoleh dari hasil jumlah pengunjung, SAI mempunyai persentasi kenaikan jumlah pengunjung yang baik dari tahun 2012 sampai 2013 yaitu kenaikan jumlah pengunjung terjadi di bulan Agustus dan bulan Desember sangat baik dan pada bulan Febuari, Maret, April, Mei, Juni, Juli, September, Oktober dan November persentasi kenaikan jumlah pengunjung cukup baik.

ABSTRACT

The successful development of a marketing strategy is a key concern of the Serayu Adventure Indonesia (SAI) in improving the term society or consumer, then the development planning SAI perform various marketing communications marketing strategy through a variety of media including social media facebook and website to articles facilitate community if you want to know information about complete operating SAI. Author conduct such research on "Analysis of Marketing Communication Strategy In Improving Indonesia Serayu Adventure Travel Visits Rafting in Banjarnegara". The purpose of this research is the article examines the development of strategy for marketing communications Subscriptions Planning, Implementation, And Evaluation that used Serayu posted in Banjarnegara Adventur Indonesia to increase tourism promotion rapids and charcoal to obtain a description of the article and inhibitor marker supporting implementation strategy development and marketing communications Serayu Adventure Indonesia in Banjarnegara in improving tourism promotion rafting. From the results of this research method used was a qualitative study using triangulation of data validity that was obtained from the number of visitors, SAI has the percentage increase in visitors to the good period of the year 2012 to 2013 increase in visitors period occurred in August and December very well and in February, March , April, may , June , July, September, October and November the percentage increase in visitor good enough period.