

Soleh Badrus. 160531100100. Ilmu Komunikasi. **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN AWARENESS PARIWISATA DI KABUPATEN SAMPANG (Studi strategi komunikasi dalam membangun awareness di wisata pantai Camplong Kabupaten Sampang).** Di bawah bimbingan Dr. Bani Eka Dartiningsih, S.Sos., M.Si NIP 197801072005012001

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Pariwisata di Kabupaten Sampang”. Dalam Strategi Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Pariwisata di Kabupaten Sampang memiliki strategi yang bergerak di media online dan media cetak serta juga mengandalakan sering di jadikan *event-event* yang dilakukan di wisata pantai Camplong. Subjek penelitian ini adalah piha pengelola pariwisata pantai Camplong, pedagang, wisatawan dan masyarakat yang bedekatan dengan wisata pantai Camplong. Penelitian menggunakan anaisis SWOT untuk mengetahui kukuatan, peluang, kelemahan dan ancaman di wisata pantai Camplong tersebut.

Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara serta dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan dari temuan tentang “Strategi Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Pariwisata di Kabupaten Sampang”. Penelitian menunjukkan prosescara cara wisata tersebut dalam membangun kesadaran bagi masyarakat. Perilaku komunikasi juga berlangsung dengan khas serta konteks ikut memberi kontribusi terhadap pola yang didapatkan.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Pantai Camplong, *Brand Awareness*, Analisis Swot.

Soleh Badrus. 160531100100. Communication Studies.
COMMUNICATION STRATEGY IN DEVELOPING TOURISM
AWARENESS IN SAMPANG DISTRICT (*Study of communication*
strategies in building awareness in Camplong beach tourism in Sampang
Regency). Under the guidance of Dr. Bani Eka Dartiningsih, S. Sos., M.Sc.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine "Communication Strategies in Building Tourism Awareness in Sampang District". In the Communication Strategy in Building Tourism Awareness in Sampang Regency has a strategy that moves online and in print media and also relies on frequent events in Camplong beach tourism. The subject of this research is the manager of Camplong beach tourism, traders, tourists and the community who are close to Camplong beach tourism. The study uses SWOT analysis to identify the opportunities, opportunities, weaknesses and threats in the Camplong beach tour.

Data collection methods using observation and interviews and documentation. Informants were selected using a purposive sampling method. Data analysis using Miles and Huberman techniques. The technique for checking the validity of data uses triangulation of sources and methods.

The results showed from the findings of "Communication Strategies in Building Tourism Awareness in Sampang District". Research shows the way tourism is done in building awareness for the community. Communication behavior also takes place specifically and context contributes to the pattern obtained.

Keywords: *Communication strategy marketing, Tourism, Camplong Beach, Brand Awareness, Swot Analysis.*