

ABSTRAK

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* OBJEK WISATA LEMBAH HIJAU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR OBJEK WISATA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Cita Rahmada

Public relations harus mampu mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi ke dalam, yaitu upaya membina hubungan yang harmonis antara pimpinan dengan para karyawan. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh *public relations* Lembah Hijau tersebut. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan observasi. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Hasil penelitian menunjukkan dalam menghadapi persaingan antar objek wisata di Bandar Lampung, objek Wisata Lembah Hijau tidak bisa lepas dari penggunaan strategi komunikasi. Komunikasi yang dimiliki seorang *public relations* mempunyai peranan penting dalam setiap hubungannya. Apabila komunikasi tidak dapat digunakan dengan baik atau tidak berjalan dengan lancar maka komunikasi tersebut tidak akan efektif dalam suatu proses komunikasi. Kegiatan komunikasi sangat dibutuhkan karena untuk menjalin hubungan kerjasama antara pihak Objek Wisata Lembah Hijau dengan pengunjung, dengan penggunaan strategi komunikasi yang baik dan tepat akan membawa kemajuan Objek Wisata Lembah Hijau dan meningkatkan jumlah pengunjung di Objek Wisata Lembah Hijau.

Kata Kunci: Strategi, Public Relation, Persaingan, Objek Wisata

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS TOURISM STRATEGY LEMBAH HIJAU IN DEALING WITH COMPETITION BETWEEN OBJECT TOURS IN BANDAR LAMPUNG

***By
Cita Rahmada***

Public relations should be able to carry out the functions and duties in implementing the communication links into, which attempts to build a harmonious relationship between the leadership with employees. So is the ability to bridge or establish communication links with the outside community as a public that can ultimately determine the success or failure of purpose and image to be achieved by a company. Thus the researchers wanted to know how the strategy undertaken by the Lembah Hijau public relations. In this study, using a qualitative descriptive method, using observation. The qualitative research is a research procedure that produces descriptive data in the form of words written or spoken of people and behaviors that can be observed. The results showed in the face of competition between attractions in Bandar Lampung, Lembah Hijau Travel object can not be separated from the use of communication strategies. Communications owned a public relations plays an important role in every relationship. If communication can not be used properly or does not run smoothly after the communication will not be effective in a process of communication. Communication activities are needed because to establish cooperative relations between the Lembah Hijau Attractions with visitors, with the use of good communication strategy and the right will bring progress Lembah Hijau Attractions and increase the number of visitors at the Lembah Hijau Attractions.

Keywords: Strategy, Public Relations, Competition, Tourist Attractions