

## **ABSTRAK**

### **Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Travel Agent Di Bandar Lampung**

**( Studi Pada Defa Tour and Travel Bandar Lampung)**

**Oleh**

**Masayu Mira Yolanda**

Keberhasilan usaha *travel agent* merupakan bagian dari strategi bauran komunikasi pemasaran di Bandar Lampung. Bisnis *tour and travel* merupakan perusahaan di sektor jasa yang menyediakan jasa perjalanan wisata, jasa transportasi dan informasi pariwisata. Di Bandar Lampung terdapat Defa *Tour & Travel* yang merupakan biro perjalanan wisata dan harus menghadapi pesaing yang sudah lebih dulu ada. Berdasarkan latar belakang tersebut adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bauran komunikasi pemasaran *travel agent* Pada Defa *Tour & Travel*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran komunikasi pemasaran *travel agent* Pada Defa *Tour & Travel*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian diketahui bahwa dalam strategi bauran komunikasi Defa *Tour & Travel* melakukan pemasaran yang memaksimalkan saluran seperti Iklan, Penjualan Personal, Humas, Acara dan pengalaman, Pemasaran Langsung, Pemasaran interaktif, Pemasaran dari mulut ke mulut, Promosi Penjualan dan di tambah menggunakan strategi komunikasi yaitu Publikasi menggunakan *banner*, Komunikasi tatap muka, Strategi komunikasi media baru, komunikasi melalui sosialisasi, komunikasi relasi publisitas sebagai sarana media dalam membantu pemasaran paket wisata, membuat Defa *Tour & Travel* dapat bertahan di dalam menghadapi pesaing dan berhasil membentuk segmen pasar yang terus menerus menggunakan paket wisata yang Defa *Tour & Travel* jual.

Kata Kunci : *Promotion Mix*, Stategi Bauran Komunikasi Pemasaran, *Travel Agent*

## **Abstract**

### **MARKETING COMMUNICATION MIX STRATEGY TRAVEL AGENT IN BANDAR LAMPUNG**

***(Case Study of Defa Tour & Travel Agent Bandar Lampung)***

*The success of the travel agent business is part of the marketing communication mix strategy in Bandar Lampung. The tour and travel business is a company in the service sector that provides tourist travel services, transportation services and tourism information. In Bandar Lampung, Defa Tour & Travel is a travel agency and has to face competitors who already exist. Based on this background, the formulation of the problem in this study is how the communication mix strategy is marketing travel agents at Defa Tour & Travel. The purpose of this study was to determine the communication mix strategy of marketing travel agents at Defa Tour & Travel. This study used qualitative research methods. The results of the study show that in the communication mix strategy Defa Tour & Travel conducts marketing that maximizes channels such as Advertisements, Personal Sales, Public Relations, Events and experiences, Direct Marketing, Interactive Marketing, Word of mouth Marketing, Sales Promotions and added using communication strategies namely publications using banners, face-to-face communication, new media communication strategies, communication through socialization, public relations relations as a media tool in helping tourism package marketing, making Defa Tour & Travel able to survive in facing competitors and successfully forming market segments that continuously use tour packages that Defa Tour & Travel sells*

**Kata Kunci :** *Marketing Communication Mix Strategy ,Promotion Mix, , Travel Agent*