

# **STRATEGI PROMOSI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA LOKAL DI DESA WISATA JELEKONG**

**(Studi Kasus Strategi Promosi yang Dilakukan Oleh Kompepar Giriharja)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi desa wisata Jelekong, Kabupaten Bandung yang dijalankan oleh Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Giriharja. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Kompepar Giriharja menjalankan *promotion mix* yang meliputi *word of mouth*, *public relations*, *personal selling*, *event*, pameran, *merchandise*, publikasi, dan *website* internet. Dari keseluruhan bentuk promosi, prioritas utama promosi dilakukan melalui *event* dan *public relations*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa Kompepar Giriharja belum merumuskan strategi promosi secara komprehensif dan terintegrasi.

**Kata Kunci:** strategi promosi, desa wisata, *promotion mix*

# **PROMOTION STRATEGY IN LOCAL TOURISM DEVELOPMENT AT JELEKONG TOURIST VILLAGE**

**(Case Study of Promotion Strategy Applied by Kompepar Giriharja)**

## ***ABSTRACT***

*The approach of the research is qualitative, using case study method. The data was obtained through in-depth interview, observation, literature study, and documentation. The data analysis steps used were data reduction, data display, and verification. The purpose of the research is to investigate the promotion strategy of the tourism village of Jelekong, Bandung Regency performed by Kompepar Giriharja. The result of the research shows that Kompepar Giriharja performs promotion mix, i.e., word of mouth, public relations, personal selling, event, exhibition, merchandise, publication, and website. From overall promotion strategy applied by Kompepar Giriharja, the main priority was through event and public relations. The conclusion of this research is Kompepar Giriharja has not formulated comprehensive and integrated promotion strategy.*

***Keywords:*** *promotion strategy, tourism village, promotion mix*