

## Integrated marketing communication in marketing public relations perspective : survey on tourism destination development in three colors of Lake Kelimutu, Ende, East Nusa Tenggara Province

Nunung Rusmiati

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20436819&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Industri pariwisata juga mempengaruhi negara tujuan turis dalam hal pemahaman antar budaya. Untuk mendukung aktivitas pariwisata sebagai bagian dari tujuan pariwisata, diperlukan sebuah strategi pemasaran tujuan kepariwisataan. Pemasaran tujuan wisata merupakan proses komunikasi dengan pengunjung potensial yang mempengaruhi tujuan-tujuan wisata mereka. Pemasaran tujuan wisata mempunyai peran penting dalam proses implementasi. Dengan melakukan hal demikian, pemerintah juga berusaha mengkomunikasikan nilai, visi dan misi dan juga dengan mempromosikan tujuan wisata. Industri pariwisata potensial di Indonesia akan terus menderita jika imej Indonesia sebagai negara yang aman dan nyaman tidak tersampaikan dengan baik dengan sebuah strategi yang jitu. Inilah waktunya untuk pemerintah untuk mengembangkan, mengkomunikasikan, dan mempromosikan tujuan pariwisata di seluruh wilayah Indonesia khususnya Indonesia bagian timur, seperti Danau Tiga Warna Kalimutu, Perumahan Tradisional Ende Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pertanyaannya penelitian ini adalah, adakah usaha dari komunikasi mulut ke mulut dalam menarik ketertarikan terhadap tujuan wisata tersebut? Apakah terdapat dampak manajemen pemasaran tujuan wisata dalam meningkatkan kemenarikan tujuan wisata? Adakah dampak dari pemasaran hubungan masyarakat dalam meningkatkan kemenarikan tujuan wisata? Adakah dampak dari komunikasi pemasaran terpadu pada pengelolaan pemasaran tujuan wisata? Apakah terdapat dampak dari infrastruktur pariwisata dalam meningkatkan kemenarikan tujuan wisata? Adakah dampak industri penyokong pariwisata dalam meningkatkan kemenarikan tujuan wisata? Apakah terdapat dampak kemenarikan tujuan pariwisata terhadap kepuasan konsumen? Dan apakah terdapat dampak kepuasan konsumen terhadap kecenderungan perilaku?