

Strategi Humas Pemasaran "Nimbrung Girang" Untuk Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan = Marketing Public Relations Strategy "Nimbrung Girang" For Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan

Azaria Kurnia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525813&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini dibuat untuk mengatasi permasalahan yang dimiliki oleh Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sehubungan dengan terjadinya Pandemi Covid-19 yang membuat kegiatan di Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sementara ditiadakan dan terjadi keterbatasan sumber daya manusia dalam membuat aktivasi promosi dan kegiatan lainnya. Tujuan utama dari serangkaian strategi komunikasi yang dibuat adalah untuk memasarkan Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Dengan melaksanakan strategi humas pemasaran dan pembuatan wisata berbasis pengalaman. Program ini dijalankan dengan metode utama yaitu pembuatan special event yang didukung dengan penguatan hubungan eksternal dan kegiatan promosi. Strategi ini bernama "Nimbrung Girang" berupa festival budaya Betawi yang memberikan kesempatan pada pengunjung untuk membenamkan diri pada pengalaman di destinasi wisata. Pesan kunci dari strategi Humas pemasaran ini adalah Pengalaman Baru dan Seru di Desa Wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Program yang dibuat memiliki tiga garis besar, yaitu Memperkuat Kolaborasi dengan Pelaku Wisata, Seniman betawi dan target komunitas lainnya, Memperkuat promosi melalui media sosial dan umbul-umbul, dan membuat Special Event "Nimbrung Girang". Rangkaian strategi dilaksanakan pada bulan Juni - Desember 2022. Total biaya anggaran adalah Rp791.009.900,00.

.....The task of this Final Work was created to overcome the problems that the Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan has in connection with the Covid-19 pandemic which has caused activities in the Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan to be temporarily suspended and there are limited human resources in making promotional activations and other activities. The main purpose of a series of communication strategies made is to market the Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. By implementing a marketing public relations strategy and making experience-based tours. This program is carried out using the main method, namely making special events supported by strengthening external relations and promotional activities. This strategy is called "Nimbrung Girang" in the form of a Betawi cultural festival that provides an opportunity for visitors to immerse themselves in the experience of a tourist destination. The key message from this marketing PR strategy is New and Exciting Experiences in the Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. The program has three main lines, namely Strengthening Collaboration with Tourism Actors, Betawi Artists and other community targets, Strengthening promotions through social media and banners, and creating a "Nimbrung Girang" Special Event. The series of strategies will be implemented in June - December 2022. The total budget cost is IDR 791,009,900.00.