

ABSTRAK

Universitas Jenderal Soedirman

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Taufik Angger Rizal Prima Aji
F1C015071

Strategi Komunikasi Pemasaran *Rudiant Tour* Melalui *Word of Mouth* (Studi Kasus Agen Perjalanan Wisata *Rudiant Tour* Purwokerto)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui *word of mouth* yang dilakukan oleh agen wisata *Rudiant Tour* di Purwokerto. *Word of mouth* telah menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif dan efisien sebagai alat pemasaran. Biaya yang murah serta jangkauan yang lebih luas merupakan alasan penggunaan komunikasi *word of mouth* untuk pemasaran. Pada penelitian ini, digunakan model SOSTAC untuk menganalisis temuan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Informan penelitian ditentukan dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data Bogdan dan Biklen. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa *Rudiant Tour* menggunakan analisis SOSTAC yaitu *situation, objective, strategy, target, action, dan controlling*. Dari analisis model tersebut, yang paling menonjol adalah *strategy* dan *action*. *Strategy* dioptimalkan dengan beberapa strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen/calon konsumen. *Action* dioptimalkan d langkah-langkah yang dilakukan untuk memasarkan produk jasa dari *Rudiant Tour*. Hambatan yang kerap ditemui oleh *Rudiant Tour* adalah minimnya sumber daya manusia serta pergantian pejabat dalam suatu institusi.

Kata kunci: agen wisata, strategi pemasaran *word of mouth*, model SOSTAC

ABSTRACT

**Universitas Jenderal Soedirman
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Taufik Angger Rizal Prima Aji
F1C015071**

Rudiant Tour Marketing Communication Strategy Through Word of Mouth (Case Study of Rudiant Tour Travel Agency Tour Purwokerto)

This study aims to determine the marketing communication strategy through word of mouth conducted by Rudiant Tour travel agents in Purwokerto. Word of mouth has become one of the effective and efficient communication strategies as a marketing tool. Low cost and wider reach are the reasons for using word of mouth communication for marketing. In this study, the SOSTAC model is used to analyze the research findings. This study uses a qualitative method. Research informants were determined by purposive sampling. Data collection is done by conducting in-depth interviews, observation and documentation. Data analysis was performed using Bogdan and Biklen data analysis. From the results of the study, it was found that the Rudiant Tour uses SOSTAC analysis, namely situation, objective, strategy, target, action, and controlling. From the analysis of the model, the most prominent are strategy and action. Strategy is optimized with several strategies used to attract the interests of consumers / potential customers. Action is optimized in the steps taken to market service products from the Rudiant Tour. The obstacles that are often encountered by Rudiant Tour are the lack of human resources and the change of officials in an institution.

Keyword: tour agent, word of mouth marketing strategy, SOSTAC model