

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningsih, Asti, dkk, 2021, *Pariwisata Indonesia Kontemporer*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tasnim, dkk, 2021, *Komunikasi pemasaran*, Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Banjarnahor, Astri Rumondang, dkk, 2021, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*, Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran Edisi III*, Yogyakarta : Andi.
- Cangara Hafied, 2016, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Asriwati, 2021, *Strategi Komunikasi yang Efektif*, Aceh : Syiah Kuala University Press.
- Musfar, Tengku Firli, 2020, *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, Bandung : Media Sains Indonesia.
- Muharram husni, dkk, 2018, *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*, Medan.
- M.A Morissan, 2010, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Kencana.
- Shimp, Ternce A, 2003, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi V*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary, 2006, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*, Jakarta : Erlangga.
- Semiawan, Conny R, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Grasindo.

Jurnal:

Sutjipto, Hady, 2014, Analisis Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung, *Jurnal Administrasi Negara*, Volume 3, No 1.

Qolbi, Fathun dan Yudhi K, Arwi, 2018, Arahana Pengembangan Pariwisata di Kawasan Tanjung Lesung Berdasarkan Partisipasi Masyarakat, *Jurnal Teknik ITS*, Volume 7, No 1.

Fajarina dan Widiyantiny Viska, 2021, Strategi Komunikasi Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten Dalam Mempublikasikan Objek Wisata Tanjung Lesung Tahun 2019, *Jurnal Forum Ilmiah*, Volume 18, No 2.

Novalia, 2020, Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Argeville, *Jurnal Akrab Juara*, Volume 5, No 3.

Fajarina, dan Widiyantiny, Wiska, 2021, Strategi Komunikasi Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten Dalam Mempublikasikan Objek Wisata Tanjung Lesung 2019, *Jurnal Forum Ilmiah*, Volume 18, No 2.

Prasanti Ditha, 2018, Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan, *Jurnal Lontar*, Volume 6 No 1.

Setiawan Rahmad, Sisilia Kristina, Analisis Profil Konsumen Untuk Pengembangan Aplikasi Futsal Menggunakan Pendekatan Desain Proposisi Nilai, *Jurnal Emba*, Volume 8 No 1.

Eka Nugraha Yudha, Dampak Pandemi Covid 19 Pada Unit Usaha Pariwisata di Kawasan Pesisir Kota Kupang, *Jurnal Industri Pariwisata*, Volume 8 No 1.

Sarastuti Dian, Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova, *Jurnal Visi Komunikasi*, Volume 16 No 1.

Lantang Sukirno Zakaria, Model Komunikasi Pemasaran Bisnis Jasa, *Journal of Tourism and Creativity*, Volume 1 No 1.

Juliansyah Eris, Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi, *Jurnal Ekonomak*, Volume 3 No 2.

Chandra Riny, Peranan Strategi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Perhotelan, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Volume 4 No.2

Maliah dan Asmawati, Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Metro Elektronik dan Furniture Palembang, *Jurnal Manivestasi*, Volume 1 No 2.

INTERNET

Puspasari, “Asal-usul Tanjung Lesung, Hikayat Cinta Raden Budog dan Sri Poh Hacı yang Tidak berakhir Bahagia” Di akses pada tanggal 1 Oktober 2022, Pukul 19:30 WIB

Jendela Dunia, “Informasi Harga Tiket Pantai Tanjung Lesung Banten” Di akses pada tanggal 1 oktober 2022, Pukul 19:35 WIB

WAWANCARA

Wawancara dengan S, 47 Th, General Manager dari perusahaan Tanjung Lesung pada 26 Mei 2022

Wawancara dengan C, Th 27, Sales dan Marketing dari perusahaan Tanjung Lesung pada 26 Mei 2022

Wawancara dengan F, 24 Th, pengunjung Tanjung Lesung pada 6 Juni 2022

Wawancara dengan D, 23 Th, pengunjung Tanjung Lesung pada 6 Juni 2022

Wawancara dengan D 37 Th, General Manager dari Radio Krakatau pada 7 Juni 2022

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Gambar 2.1 Wawancara dengan Bapak Suryana sebagai General Manager Tanjung Lesung



Gambar 2.2 Wawancara dengan Ibu Chesa Sebagai Sales dan Marketing Tanjung Lesung



Gambar 2.3 Wawancara dengan Ibu Dian Sebagai General Manager Radio Krakatau



Gambar 2.4 Wawancara dengan Fadil Sebagai Pengunjung Tanjung Lesung



Gambar 2.5 Wawancara dengan Deni Sebagai Pengunjung
Tanjung Lesung

Pedoman wawancara

Pedoman Wawancara *key informan*

***Advertising* (periklanan)**

1. Menggunakan media apa saja periklanan *tanjung lesung* pada masa covid-19 ?
2. Pesan apa yang disampaikan dalam iklan *tanjung lesung* di media agar wisatawan berkunjung pada masa covid-19 ? (pesan tersebut dalam arti memperkenalkan *tanjung lesung* adalah tempat wisata yang bagus yang wisatawan agar berkunjung ke *Tanjung lesung*)
3. Apa tujuan periklanan *tanjung lesung* pada masa covid-19?. apakah persuasif, informatif, atau mengingatkan ? jelaskan!
4. Bagaimana menginformasikan tujuan periklanan *tanjung lesung* pada masa covid-19 dalam mengenalkan *wisata ini* ?
5. Jika *tanjung lesung* beriklan di radio, radio apa dan berapa kali penyiaran dalam seminggu atau perbulan ? apakah mengeluarkan biaya yang banyak ?
6. Lalu jika *tanjung lesung* berkerjasama di televisi, kira-kira televisi apa ?

***Sales promotion* (promosi penjualan)**

1. Apakah *tanjung lesung* berkerja sama dengan pihak lain dalam mempromosikan *wisata pada masa covid-19*?
2. Alat promosi apa yang digunakan *tanjung lesung pada masa covid-19* untuk meningkatkan wisatawan seperti alat promosi kupon, diskon ? jelaskan!

3. Dengan promosi *wisata*, apakah dapat menarik wisatawan untuk berkunjung sehingga meningkatkan wisatawan ke *tanjung lesung* pada masa covid-19?
4. Apakah dengan menggunakan promosi penjualan dapat menarik minat untuk berkunjung ke *tanjung lesung* pada masa covid-19?

Public relations (hubungan masyarakat)

1. Bagaimana *tanjung lesung* membangun citra perusahaan yang baik dimata wisatawan pada masa covid-19 ?
2. Bagaimana citra *tanjung lesung* dalam menghadapi konsumen yang komplain?
3. Jenis kegiatan apa saja yang dilakukan humas untuk ngebangun citra *tanjung lesung* dimata wisatawan pada masa covid-19?
4. Bagaimana *tanjung lesung* membangun hubungan baik dengan elemen masyarakat di daerah sekitar pada masa covid-19 ?

Personal selling (penjualan personal)

1. Bagaimana *tanjung lesung* menjelaskan kepada wisatawan agar mendapat kepercayaan jika wisatawan mendapat masalah ketika berkunjung ke *tanjung lesung* pada masa covid-19?
2. Dengan penjualan secara personal apakah tanggapan dari wisatawan dapat langsung di dengar, di perhatikan, dan dapat menanggapi nya ?
3. Apakah *tanjung lesung* menggunakan personal selling dalam meningkatkan pengunjung pada masa covid-19 ?

Direct marketing (pemasaran langsung)

1. Apakah *tanjung lesung* mempunyai pemasaran langsung pada masa covid-19 ?
2. Pemasaran langsung seperti apa yang di lakukan *tanjung lesung* pada masa covid-19 ?. apakah seperti metargetkan sasaran kepada perusahaan ?
3. Apakah *tanjung lesung* mempunyai pemasaran langsung seperti berkomunikasi secara langsung dengan konsumen pada masa covid-19. Bagaimana bentuk pemasaran langsung *tanjung lesung* ?. seperti mengirim surat atau katalog kepada calon pengunjung dan pengunjung ?
4. Bentuk pemasaran apa yang dilakukan anda dalam menarik konsumen pada masa covid-19 secara langsung ?

Pedoman wawancara

Pedoman wawancara *informan*

1. Apakah anda pernah melihat atau mendengarkan iklan tentang *tanjung lesung* ? jika anda pernah, iklan apa yang anda tau tentang *tanjung lesung* ?
2. Apakah di iklan tersebut sangat jelas tentang *tanjung lesung* ?
3. Apakah setelah anda melihat iklan anda terpengaruh ingin mengunjungi *tanjung lesung* ?
4. Apakah anda pernah mengunjungi *tanjung lesung* ? kalau pernah kenapa anda mengunjungi objek wisata tersebut ?
5. Apakah anda tahu *tanjung lesung* melakukan promo ? bagaimana tanggapan anda dengan adanya promo tersebut ?
6. Menurut anda bagaimana wisata *tanjung lesung* ? apakah *tanjung lesung* membuat anda tertarik untuk mendatangi wisatanya?
7. Menurut anda apakah pegawai *tanjung lesung* ramah ? apakah anda nyaman ketika berkunjung ke *tanjung lesung* ?

Pedoman wawancara

1. Apakah tanjung lesung pernah memasang iklan disini ?
2. Berapa lama penyiaran iklan tanjung lesung di radio Krakatau ?
3. Radio ini menjangkau sampai daerah mana ?
4. Apakah dengan pemasangan iklan di radio tanjung lesung mengekspos brandnya ke semua khalayak atau khusus ?
5. Apakah ada pengaruh dengan adanya iklan tanjung lesung di radio Krakatau?