

Strategi Komunikasi Pelayanan Oleh Soul Puncak Lawang Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Puncak Lawang

ABSTRAK

Nama : Nia Oktavia

Bp: 17140009

Email: Niaoktavia392@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pelayanan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di puncak lawang, serta mengetahui hambatan dari komunikasi pelayanan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di puncak lawang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, informan penelitian ini berjumlah 4 orang yang terdiri dari Kepala koordinator hotel dan restourant, kepala koordinator lapangan, dan 1 orang karyawan lapangan dan 1 orang lagi pengunjung Soul Puncak Lawang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa soul puncak lawang dalam meningkatkan kunjungan menggunakan promosi di media sosial, media cetak dan media elektronik serta mengembangkan wahana-wahana yang ada dan melakukan inovasi-inovasi terhadap wahana dan fasilitas yang ada dengan mempertahankan keaslian dan keasrian lingkungan dan sering mengadakan *event paralayang yang bertaraf internasional*. Pada karyawan mengalami hambatan karena kurangnya pengembangan dan pengalaman serta ilmu karyawan, serta pergantian jabatan yang menyebabkan kesulitan dalam memahami pesan yang diterima ditambah ketersediaan fasilitas yang kurang memadai. Sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi pelayanan Soul Puncak Lawang menggunakan komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi pelayanan.

Kata Kunci: Soul Puncak Lawang, karyawan/sumber daya manusia (SDM), kegiatan paralayang, promosi.

***Service Communication Strategy By The Soul Puncak Lawang In Increasing
Tourist Visits at Puncak Lawang***

ABSTRACT

Nama : Nia Oktavia

Bp: 17140009

Email: Niaoktavia392@gmail.com

This study aims to determine the service communication strategy in increasing tourist visits at the peak of Lawang, and to find out the barriers of service communication in increasing tourist visits at Puncak Lawang. This study uses qualitative research methods, where the data collection techniques are by means of observation, interviews, and documentation. The selection of informants using purposive sampling technique, the informants of this study amounted to 4 people consisting of the Head of the Hotel and Restaurant Coordinator, the Head of the Field Coordinator, and 1 field employee and 1 visitor to Soul Puncak Lawang. The results of this study indicate that the soul of Puncak Lawang in increasing visits uses promotions on social media, print media and electronic media as well as developing existing rides and innovating existing rides and facilities by maintaining the authenticity and beauty of the environment and often relying on international paragliding event. Employees experience obstacles due to lack of development and experience and knowledge of employees, as well as job changes which cause difficulties in understanding the messages received plus the availability of inadequate facilities. So that researchers can draw the conclusion that the communication strategy for Soul Puncak Lawang services uses internal and external communication in service communication.

Keywords: Soul Puncak Lawang, employees/human resources (HR), paragliding activities, promotions.