

## ABSTRAK

**BD Sonny Rachmat Fajar. 12321085. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau dalam Membranding Kota BauBau sebagai Kota Wisata Buton dengan Benteng Terluas di Dunia. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2017.**

Di Buton Sulawesi Tenggara, terdapat suatu benteng yang dibangun diatas bukit seluas 20,7 hektar. Benteng tersebut merupakan bekas ibu kota kesultanan Buton dan memiliki panjang kurang lebih 2.740 meter. Secara umum benteng tersebut memiliki 12 pintu gerbang dan tiap pintu gerbang dilengkapi dengan meriam di tiap sisinya. Disamping itu posisi benteng yang berada pada bukit yang cukup tinggi dan memiliki lereng yang cukup terjal memungkinkan bahwa daerah ini adalah lokasi pertahanan perang terbaik dizamannya.

Terdapat berbagai banyak persepsi masyarakat yang menganggap bahwa kinerja Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau dalam mengelola aset pariwisata Kota BauBau khususnya Benteng Keraton Buton di nilai seolah berjalan di tempat. Pemerintah dan juga masyarakat selalu menggembor-gemborkan bahwa Benteng Keraton Buton adalah benteng terluas di dunia. Namun apakah slogan ini diakui oleh seluruh masyarakat luas, itu yang menjadi pertanyaan. Padahal bila dicermati pada tahun 2006 Benteng Keraton Buton sudah masuk dalam kategori Guines of record dan juga MURI yang dikategorikan sebagai benteng terluas di dunia.

Tujuan dari penelitian ini yakni mengetahui gambaran terkait strategi komunikasi pemasaran terpadu Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau dalam membranding Kota BauBau sebagai kota wisata Buton dengan benteng terluas di dunia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Adapun konsep yang digunakan sebagai bahan analisis yakni marketing communication mix yang cakupannya meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, internet marketing dan humas.

Hasil dari penelitian komunikasi pemasaran terpadu Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau dalam membranding Kota BauBau sebagai kota wisata Buton dengan benteng terluas di dunia yakni dengan menerapkan strategi khusus. Strategi tersebut yakni memiliki konsep 7P. Dalam merealisasikan strategi tersebut yakni dengan melakukan aktivitas komunikasi pemasaran terpadu (IMC). Secara umum pihak Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau sudah menerapkan fungsi-fungsi dari komunikasi pemasaran tersebut hanya saja hasilnya belum begitu maksimal.

**Key Word : Strategi komunikasi pemasaran terpadu, Promosi, Benteng Keraton Buton, Kota BauBau**

## ABSTRACT

**BD Sonny Rachmat Fajar. 12321085. Integrated Marketing Communication Strategy of Culture and Tourism Department of Kota BauBau in Branding Kota Baubau as Buton Tourism City with Widest Fort in The World. Undergraduate Thesis. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia 2017**

In Buton, Southeast Sulawesi, is located a fort built on a 20,7 hectare hill. The fort used to be the capital of Buton's Sultanate and has long approximately 2740 metres. In general the fort has 12 gates and each of it completed with a cannon of each side. Also, its position on the quite high hill with slope steep enough allowed this area to become best war defense at its time.

There are a lot of perceptions of citizens that see the performance of Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota BauBau in managing the tourism asset Kota Baubau especially Fort of Buton Palace as somehow "running at place". Government and citizens has been always touting rant about Fort of Buton Palace being the widest fort in the world. But whether this label is admitted largely by public or not, is still a question. Meanwhile, if we carefully check, in 2006 Fort of Buton Palace has been awarded by Guinness of Record and MURI as the world's widest fort.

Communication strategy of Tourism and Culture Department in Kota BauBau in branding Kota BauBau as Buton tourism city with widest fort in the world. Method being used in this study is descriptive qualitative with the use of constructivism paradigm. The concept being used as the analysis object is marketing communication mix which includes advertising, selling promotion, personal promotion, direct marketing, internet marketing, and public relation.

The study result of integrated marketing communication Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau at branding Kota BauBau as Buton's tourism city with world's widest fort which is implementing special strategy. The strategy has 7Ps concept. In realizing the strategy which by doing integrated marketing communication (IMC). Generally Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kota BauBau has been implementing the aspects of the IMC, only the has not brought maximum outcome.

**Keyword: integrated marketing communication, promotion, Fort of Buton Palace, KotaBauBau**