

# STRATEGI PROMOSI DAYA TARIK WISATA BUKIT ASLAN BANDAR LAMPUNG

Oleh  
Anggi Friska Soffia

## RINGKASAN

Bukit Aslan merupakan daya tarik wisata yang memiliki keindahan alam dan menyuguhkan atraksi wisata yang beragam serta pemandangan kota Bandar Lampung dari atas bukit. Setelah melakukan *soft opening* pada 5 Agustus 2022, barunya tempat wisata ini membutuhkan strategi promosi yang optimal untuk memperkenalkan potensinya kepada masyarakat lokal maupun luar daerah. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi Bukit Aslan. Data yang digunakan penulis adalah data primer dan sekunder terkait strategi promosi Bukit Aslan yang disajikan secara deskriptif kualitatif diperoleh dari observasi, wawancara dan studi literatur. Hasil pengamatan menunjukkan Bukit Aslan berfokus pada 5 (lima) strategi promosi yaitu 1) *personal selling* seperti melibatkan *marketing staff* pada event relevan untuk melakukan promosi dan penjualan, 2) *mass selling* dengan pemanfaatan media sosial dan media massa seperti kerjasama dengan selebgram atau pembuatan konten-konten menarik di Instagram, TikTok dan media lain, 3) *Sales Promotion* dengan pengadaan promo harga pada paket wisata tertentu, 4) *Public Relation* melalui pengadaan event yang melibatkan kerjasama pihak-pihak relevan seperti Polinela sebagai akademisi untuk turut serta mendukung aktivitas promosi, dan 5) *Direct Marketing* yang hampir sama metodenya dengan *personal selling* hanya pelaksanaannya dilakukan secara lebih masif seperti membangun komunikasi langsung verbal maupun visual dengan calon wisatawan untuk mempromosikan Bukit Aslan. Pelaksanaan aktivitas promosi harus didukung SDM khususnya *marketing staff* terkait dari sisi kuantitas maupun kualitas promosi penjualan dapat berjalan dapat berlangsung secara lebih optimal.

**Kata Kunci:** *Bukit Aslan, Daya Tarik Wisata, Strategi Promosi*