



Strategi Komunikasi Pemasaran Gayo Camping Ground Terhadap Upaya Meningkatkan Pengunjung Wisata Ke Danau Laut Tawar (Studi Deskriptif Ujung Mepar)

Viana Safrida Harahap

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gajah Putih Takengon

Email : vianasafrika@gmail.com

Subhan AB

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gajah Putih Takengon

Email : subhanab76@gmail.com

Mahesy Mahendra

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gajah Putih Takengon

Email : mahesyarinossarra@gmail.com

Korespondensi penulis : vianasafrika@gmail.com

ABSTRACT. *This thesis is entitled "Gayo Camping Ground Marketing Communication Strategy for Efforts to Increase Tourism Visitors to Lake Laut Tawar" This type of research is descriptive qualitative research. The problems examined in this thesis are about how the Gayo Camping Ground marketing communication strategy is in an effort to increase tourist visitors to Lake Laut Tawar and how are the communication barriers for the Gayo Camping Ground tour crew. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, and documentation. This research was carried out at Pante Ujung Mepar and the Gayo Camping Ground Office for one month, from June to July. The results of this study indicate that Gayo Camping Ground in increasing visitors uses the marketing mix theory from Kotler and Keller which consists of product, price, place, promotion, and person, and shows the beginnings of Gayo Camping Ground tourism in Central Aceh which initiated by Satria Darmawan. Gayo Camping Ground's marketing strategy, according to the researcher's analysis, is very good because implementing promotions via Instagram and Tiktok is in fact very effective in increasing the number of new customers (visitors). In this study there were six informants as data sources. Communication barriers at Internal Gayo Camping Ground show ineffective delivery and response from leaders to crew accompanied by certain factors such as noise, lack of concentration and also poor delivery.*

Keywords: *Strategy, Marketing Communication, Tourism, Gayo Camping Ground.*

ABSTRAK. Skripsi ini berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Gayo Camping Ground Terhadap Upaya Meningkatkan Pengunjung Wisata Ke Danau Laut Tawar" Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran Gayo Camping Ground terhadap upaya meningkatkan pengunjung wisata ke Danau Laut Tawar dan Bagaimana hambatan komunikasi para kru wisata Gayo Camping Ground. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Pante Ujung Mepar dan Kantor Gayo Camping Ground selama satu bulan yaitu pada bulan Juni sampai Juli. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gayo Camping Ground dalam meningkatkan pengunjung menggunakan teori bauran promosi (*marketing mix*) dari Kotler dan Keller yang terdiri dari *produk, price, place, promotion, dan person*, dan menunjukkan awal mula berdirinya wisata Gayo Camping Ground di Aceh Tengah yang digagas oleh Satria Darmawan. strategi pemasaran Gayo Camping Ground menurut analisis peneliti, sangat baik karena menerapkan promosi melalui Instagram dan Tiktok nyatanya sangat efektif dalam menambah jumlah pelanggan baru (pengunjung). Dalam penelitian ini terdapat enam informan sebagai sumber data. Hambatan komunikasi pada Internal Gayo Camping

Ground menunjukkan kurang efektifnya penyampaian dan penanggapan dari pemimpin hingga kru disertai beberapa faktor tertentu seperti adanya kebisingan, kurang konsentrasi dan juga penyampaian yang kurang baik.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Wisata, *Gayo camping Ground*.

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi pemasaran merupakan usaha yang bertujuan untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen, mengingatkan atau menyampaikan pada publik mengenai adanya suatu produk ataupun jasa yang dijual dan dipasarkan supaya orang atau konsumen mengenal, membeli, dan kemudian menjadi pelanggan. Selain produk yang dipasarkan ada juga jasa yang ditawarkan di pasaran. Salah satu jasa yang banyak ditawarkan adalah tempat wisata. Salah satunya tempat wisata yang terletak di kota Takengon ini. Salah satu wisata di Danau Laut Tawar yaitu wisata Camping berlokasi di desa Ujung Mepar.

Wisata Gayo Camping Ground ini merupakan wisata berupa camping atau tenda kemah yang mana tenda tenda ini didirikan di samping danau dan sambil menikmati hangatnya api unggun dan juga aktifitas bersama seperti *berbequean* bersama teman dan keluarga. Banyak fasilitas-fasilitas yang disuguhkan oleh wisata camping ini diantaranya: Tenda Nature, api unggun, kompor *portable*, sarapan pagi dan malam, alat pemanggang jagung bakso dan sosis, tempat bermain anak, tempat parkir, outbon, tempat ibadah, dan tempat pemandian di danau.

Pengelolaan wisata Gayo Camping Ground yang sangat tertata, sekarang wisata ini banyak di minati wisatawan dalam kota maupun luar kota. Semakin tenarnya wisata camping di Danau Laut Tawar membuat orang orang sekitar membuat ide untuk menyediakan jasa camping di Takengon saat ini sudah banyak vendor camping yang menyediakan jasa camping tersebut. Oleh karna itu wisata Gayo Camping Ground mempunyai banyak cara untuk mempromosikan dan memperkenalkan kepada masyarakat luas, entah itu lewat medsos, sosialisasi dan dengan cara promosi lainnya untuk menarik minat wisatawan di era banyaknya saingan dan jasa camping lainnya. Dengan cara tersebut Danau Laut Tawar memiliki peningkatan pengunjung di setiap tahunnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di gunakan adalah *kualitatif* dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan mulai pada bulan mei sampai bulan agustus. pendekatan yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung dari lapangan untuk mendapatkan data yang diperlukan seperti kata-kata (naskah wawancara), gambar (foto), dokumen pribadi, catatan lapangan dan dokumen resmi lainnya,

HASIL

Skripsi membahas tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Gayo Camping Ground Terhadap Upaya Meningkatkan Pengunjung Ke Wisata Ke Danau Laut Tawar kabupaten aceh tengah dapt kita trik kesimpulan:

Dalam suatu Perusahaan pasti memiliki cara masing-masing untuk memasarkan suatu produknya yang dimiliki perusahaan tersebut, salah satu contoh Perusahaan wisata seperti Gayo Camping Ground. Gayo Camping Ground merupakan suatu jasa tenda camping yang berlokasi di Danau Laut Tawar tepatnya di Ujung Mepar. Tempat wisata yang buka setiap hari ini mempunyai banyak fasilitas-fasilitas yang dimiliki di dalamnya, ada berbagai macam wahana di dalamnya yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

Perihal diatas dijelaskan oleh Pemilik wisata Gayo Camping Ground Satria Darmawan :

“Potensi yang dimiliki oleh Dataran Tinggi Gayo salah satunya Kabupaten Aceh Tengah pantas untuk di promosikan kepada masyarakat dipenjuru tanah air maupun ditingkat internasional, selain kopi arabika Gayo kita punya kekuatan promosi wisata lainnya, seperti panorama alam hijau yang membentang. Ditambah Danau Laut Tawar yang berada persis di pinggir Kota Takengon”(Hasil Wawancara, 9 Juni 2023)

Perubahan sosial masyarakat yang terjadi sejak berkembangnya wisata Gayo Camping Ground adalah keuntungan ekonomi dan adanya lapangan pekerjaan kepada pemuda pemuda dan merupakan pengaruh yang dirasakan secara langsung oleh masyarakat.

Seperti yang dikatakan oleh Mawaddah masyarakat Mendale :

“Dengan kehadiran wisatawan akan memberi pengaruh terhadap kehidupan masyarakat disekitar, kita disini coba mencoba menghadirkan suasana baru, yaitu minum kopi Arabica gayo tetapi dengan suasana di tepi danau. Kemudian kita juga menyediakan makanan dan jajanan seperti indomie, popmie, dan minuman lainnya.”(Hasil Wawancara, Minggu 11 Juni 2023)

Gayo Camping ground telah didirikan semenjak tahun 2015 serta sudah berjalan hingga dikala ini. Perihal ini diperjelas oleh pengelola objek wisata Gayo Camping Ground yang berkata:

“Jadi objek wisata Gayo camping ground ini awal mulanya kita wujud pada tahun 2015 yang awal mulanya kita melihat de dari luar daerah dulu kemudian membuat event Gayo camping ground nah sehabis itu tamu dari event tersebut memohon buat dibuatkan event pada tiap harinya, jadi dengan terdapatnya permintaan tersebut kita termotivasi buat membuka camping pada tiap harinya. Jadi telah mulai dibuka dari tahun 2015 hingga dikala ini tahun 2023”. (Wawancara dengan Satria Darmawan, 9 Juni 2023)

Dari uraian diatas bisa disimpulkan kalau pengelola membuka objek wisata ini sebab terdapat masukan dari wisatawan luar daerah lebih dahulu buat membuka objek wisata Gayo Camping Ground ini pada tiap harinya.

Untuk itu Gayo Camping Ground harus merancang strategi komunikasi pemasarannya untuk meningkatkan pengunjung, Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan, dengan komunikasi tersebut Gayo Camping Ground menyampaikan pesan kepada orang lain utuk memberi tahu apa yang dimiliki agar dapat merubah sikap, prilaku, baik langsung secara lisan, maupun melalui media.

Gayo Camping Ground mempunyai suatu strategi (Perencanaan) di setiap tahunnya untuk mencapai tujuannya yaitu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Dengan adanya perencanaan-perencanaan yang sudah disusun oleh Tim Gayo Camping Ground setiap tahunnya, maka hasil dokumentasi dari bagian Admin Gayo Camping Ground, memerlukan sebuah komunikasi pemasaran yaitu bentuk promosi. Oleh karena itu, dalam promosi wisata Gayo Camping Ground menerapkan dua jenis komunikasi berdasarkan sifatnya yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia

1. Komunikasi tatap muka (*face to face communication*).
 - a. Gayo Camping Ground secara langsung terjun ke kota dan membagikan brosur atau voucher. Adanya brosur tersebut konsumen dapat memilih dari beberapa paket-paket harga yang sudah di tawarkan.
 - b. Mengundang guru-guru untuk menyurvei langsung ketempat lokasi wisata. Kegiatan tersebut guna dapat menarik minat guru-guru untuk mengajak muridnya untuk berkunjung di Gayo Camping Ground, guru-guru bisa bertanya langsung dengan *crew* dan pemilik lahan yang bertugas tentang fasilitas dan sarana yang ditawarkan.

Perihal di atas dijelaskan oleh Bang Mahdi Tangkok Baur sebagai pemilik lahan Ujung Mepar yang mengatakan :

“Kita mengajak guru guru untuk datang melihat lokasi untuk melaksanakan event event sekolah karna lokasi Ujung Mepar sangat luas dan bersih cocok untuk acara seperti perpisahan Sekolah, kegiatan Pramuka dan *Family Ghatering*.” (Hasil Wawancara, 11 Juni 2023)

- c. Kerjasama dengan Dinas Pariwisata Aceh tengah. Kerja sama yang dicoba Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah ialah dengan menolong mempromosikan objek wisata Gayo Camping Ground ini.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Zulkanain,S.E.,MM (Kadis Pariwisata Aceh Tengah) sebagai berikut :

”Jika buat promosi *Gayo Camping Ground* kita dari Dinas Pariwisata telah tentu melaksanakan promosi semacam *Gayo Camping Ground* sendiri itu terdapat *flyer* serta suatu video yang hendak dipromosikan biar turis dari luar bisa mendatangi maupun menginap di objek wisata *Gayo Camping Ground*” (Hasil Wawancara, 22 Agustus 2023)

Dari wawancara di atas bisa disimpulkan kalau Dinas Pariwisata telah tentu melaksanakan kerja sama berbentuk promosi supaya wisatawan luar bisa mengenali terdapatnya wisata Gayo Camping Ground ini.

Sedangkan jika buat objek wisata *Gayo Camping Ground* belum terdapat dorongan dari Dinas Parawisata Aceh Tengah. Perihal ini diperjelas oleh Kadis Pariwisata Aceh Tengah yang berkata:

“Buat sedangkan objek wisata *Gayo Camping Ground* belum terdapat dorongan disebabkan objek wisata *Gayo Camping Ground* masih dapat berdiri sendiri”.(Wawancara, dengan Bapak Zulkanain,SE.,MM Kadis Pariwisata Aceh Tengah 22 Agustus 2023)

Dari uraian diatas bisa disimpulkan kalau Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah belum terdapat berikan dorongan disebabkan objek wisata *Gayo Camping Ground* masih bisa berdiri sendiri.

Program – program pengembangan yang di jalani oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah buat membenahi objek wisata Gayo Camping Ground ini semacam melakukan nya event. Perihal ini diperjelas oleh Kadis Pariwisata Aceh Tengah yang berkata:

“Jika buat *Gayo Camping Ground* sendiri upaya buat memajukan objek wisata *Gayo Camping Ground* kita mengadakan event semacam seratus tenda, semacam Camp Trip serta

Yang lain itu kita senantiasa mengaitkan objek wisata Gayo Camping Ground buat jadi salah satu partner di Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah”. (Wawancara, dengan Bapak Zulkanain,SE.,MM Kadis Pariwisata Aceh Tengah 22 Agustus 2023)

Dari uraian diatas bisa disimpulkan kalau Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah senantiasa mengaitkan objek wisata Gayo Camping Ground dalam penerapan event maupun kegiatan yang berkaitan dengan camping.

Donasi objek wisata Gayo Camping Ground dalam kenaikan pendapatan untuk wilayah telah pasti terdapat. Perihal ini diperjelas oleh Kadis Pariwisata Aceh Tengah yang berkata:

“Telah pasti jika objek wisata yang terdapat di Kabupaten Aceh Tengah telah tentu terdapat buat pemasukan asli wilayah (PAD) serta owner objek wisata serta diserahkan kepada pemerintah wilayah”. (Wawancara, dengan Bapak Zulkanain,SE.,MM Kadis Pariwisata Aceh Tengah 22 Agustus 2023)

Dari uraian diatas bisa disimpulkan kalau objek wisata Gayo Camping Ground merupakan salah satu pemberi pendapatan pemasukan asli wilayah (PAD).

2. Komunikasi Bermedia (*mediated communication*)

Tidak hanya mengandalkan komunikasi tatap muka, Gayo Camping Ground juga menggunakan komunikasi bermedia, Gayo Camping Ground sendiri juga mempunyai akun Instagram, Facebook, Tiktok agar bisa dijangkau dan diakses dengan mudah oleh masyarakat luas.

Hasil wawancara dengan Owner Gayo Camping Ground Satria Darmawan tentang media promosi Gayo Camping Ground mengatakan sebagai berikut :

“Alat promosi Gayo Camping Graound berupa Tiktok dan Instagram, adapun untuk menarik pengunjung kita sering meberikan discount, memebuat reels Ig, video tik tok” (Hasil Wawancara, 12 Juni 2023)

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa alat promosi yang digunakan Gayo Camping Ground efektif dalam mempromosikan jasa objek wisata mereka, karena Ig TikTok merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh semua kalangan. Dan dari observasi penulis Ig Gayo Camping Ground membat poster poster yang menarik dan berbeda beda dalam mempromosikan dan mengabadikan momen momen pengunjung Hasil wawancara dengan Pengunjung Kakak Kiki Anggraini tentang Gayo Camping Ground mengatakan sebagai berikut :

“Saya dapat informasi ada wisata camping dari instagram tepatnya saya melihat cerita insatgram teman saya yang sedang bercamping, kemudian saya lihat ig Gayo Camping Ground untuk melihat lebih lanjut” (Hasil Wawancara, 11 Juni 2023)

Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi Ig Gayo Camping Ground berhasil dalam menarik minat orang lain untuk melihat ig mereka dengan meminta wisatawan untuk mengetag Akun Ig Gayo Camping Ground di postingan instagra pengunjung.

Selain itu, promosi wisata Gayo Camping Ground juga menerapkan bauran pemasaran, yaitu produk, price, place, promotion dan person.

- a. *Product* (produk). harus memperhatikan fasilitasfasilitas yang dimiliki, fasilitas yang hendak dipasarkan harus Gayo Camping Ground tampil dalam keadaan baik atau aman. Selain itu fasilitasfasilitas seperti tenda yang dimiliki Gayo Camping Ground punya nilai yang lebih terutama dalam pemakaiannya, alat yang bersih dan nyaman.
- b. *Price* (penetapan harga) Gayo Camping Ground juga memperhatikan harga paket yang di jual, dimana harga harus seimbang dengan fasilitasfasilitas yang ditawarkan. Dengan demikian harga tiket kompetitif dan terjangkau oleh pengunjung dari golongan sosial ekonomi manapun adapun harga paket tersebut ada yang Rp 180.000 per satu orang dan juga Rp 110 untuk satu tenda saja dan biaya parkir, tiket masuk di tanggung oleh pengunjung..
- c. *Place* (tempat) Gayo Camping Ground juga harus memilih tempat-tempat strategis yang memiliki peluang bagus untuk pemasaran.
Perihal di atas mengenai akses menuju lokasi camping yang dikatan Kiki Anggraini selaku pengunjung yang mengatakan :
“Akses menuju lokasi sangat baik karena jalannya bagus dan tidak jauh dari kota, dan juga di pinggir jalan untuk masuk kelokasi camping sudah diberi tanda berupa pamphlet yang memudahkan untuk mengenali lokasi dan juga dapat di akses melalui google maps untuk menuju lokasi.” (Hasil Wawancara, 12 Juni 2023)
- d. *Promotion* (promosi) Kegiatan promosi tidak bisa ditawar lagi, untuk itu Gayo Camping Ground melakukan kegiatan promosi secara rutin, dengan menguploa video atau foto di akun instagram, tiktok, dan facebook serta dengan meng repost foto foto yng di tandai oleh tamu atau pengunjung Gayo Camping Ground.
- e. *Person* (Orang atau Crew) Kegiatan pemasaran tidak akan mencapai sasarannya bila tidak ditunjang petugas pelaksana yang berkualitas dan professional. Seiring semakin ketatnya persaingan di pasaran, maka Gayo Camping Ground mampu menempatkan karyawan-karyawan pelaksana pemasaran yang betul-betul menguasai bidangnya.

Termasuk memberi pengarahan terhadap pelaksana agar memasarkan apa yang dimiliki Gayo Camping Ground dengan baik dan tepat sasaran.

Berikut ini merupakan hasil observasi mengenai price list harga dan paket yang dapat kita jumpai saat camping di Gayo Camping Ground sebagai berikut ;

Dari semua penerapan strategi komunikasi pemasaran Gayo Camping Ground, dapat membawa banyak dampak atau pengaruh positif untuk menambah jumlah pengunjung setiap tahun. Dengan dikeluarkannya paket lengkap di tahun 2021, sudah terbukti perbedaan jumlah pengunjung di tahun sebelumnya.

1. Hambatan Komunikasi Pemasaran Para Kru Wisata Gayo Camping Ground Terhadap Upaya Meningkatkan Pengunjung Wisata Ke Danau Laut Tawar

Tidaklah mudah melakukan komunikasi secara efektif, karena dalam berkomunikasi sering terdapat hambatan hambatan yang mengganggu jalannya komunikasi tersebut. Hambatan adalah hal-hal yang dapat mengurangi tingkat penerimaan pesan pada komunikan. Hambatan patut dipetakan dalam sebuah komunikasi karena berpeluang untuk membuat pesan tidak tersampaikan dengan baik, sehingga tujuan dari komunikasi pun tidak akan tercapai dengan sempurna. Dalam hal ini *Crew* Gayo Camping Ground sebelum melakukan aktifitas mereka mengadakan brifing terlebih dahulu, fungsi brifing yaitu menyusun tahapan tahapan yang akan dilakukan supaya terjalankan dengan efektif.

Seperti yang dikatakan Dedi Aramiko Koordinator Gayo camping ground :

“sebelum memasang tenda kami rapat terlebih dahulu untuk memberikan arahan kepada tim untuk menjalankan tugasnya masing-masing dan penataan penyusunan tenda terkadang apa yang sudah saya jelaskan kurang dipahami oleh tim”

(Hasil Wawancara, 12 Juni 2023)

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Komunikan kurang memahami apa yang disampaikan oleh Koordinator Gayo Camping Ground. Dan crew yang jarang hadir saat rapat diadakan karena sesuatu dan lain hal.

Hasil wawancara bersama Crew Gayo Camping Ground Muhamamad Riski tentang Misskomunikasi dilapangan mengatakan :

“Tim di lapangan berbagi tugas masing masing ada yang mendirikan tenda dan menyambut tamu disini sering terjadi kesalahan penempatan pengunjung. Pengunjung salah di berikan fasilitas oleh crew seperti paket paket camping menunjukan tenda intinya salah sasaran” (Hasil Wawancara, 12 juni 2023)

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan kurangnya komunikasi yang

efektif di antara keseluruhan tim Gayo Camping Ground membuat pelaksanaan kegiatan dan pengarahan crew dalam melayani pengunjung sering salah sasaran dikarenakan kurang efektif dalam memahami pesan-pesan yang disampaikan dalam rapat tim.

Adapun hasil wawancara dengan Satria Darmawan Owner Gayo Camping Ground terkait hambatan komunikasi para crew sebagai berikut

“Hambatan komunikasi di tim Gayo Camping Ground ini kurang efektifnya komunikasi terkadang informasi atau penyampaian dari EO ke para crew sehingga crew ini bertanya lagi dan terkadang menelpon saya tentang mekanisme dilapangan contohnya seperti info yang tidak disampaikan oleh EO ke Crew jadi Tim dilapangan juga bingung, dan juga sebaliknya tim ini kadang juga kurang mendengarkan dengan baik informasi yang dijelaskan saat rapat penyebabnya kurang konsentrasi dan juga sambil bermain *handphone* saat sedang melakukan rapat” (Hasil Wawancara, 12 Juni 2023)

Dari Wawancara di atas dapat disimpulkan belum efektifnya komunikasi para kru wisata Gayo Camping Ground dikarenakan beberapa faktor seperti adanya kebisingan, kurang fokus saat rapat tim dan juga dari penyampaian dan penerimaan pesan Koordinator nya kepada para kru wisata Gayo Camping Ground

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan terkait penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran Gayo Camping Ground terhadap upaya meningkatkan pengunjung ke Danau Laut Tawar di Takengon Aceh Tengah yang dilakukan oleh peneliti mengenai pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan:

1. Strategi pemasaran Gayo Camping Ground terhadap meningkatkan pengunjung saat ini sudah cukup baik dalam mempromosikan jasa camping sebagaimana Owner Gayo Camping Ground sering mengupload berbagai macam aktifitas pengunjung camping di Instagram dan tiktok. Gayo Camping Ground juga berkerja sama dengan Dinas Pariwisata Aceh Tengah dalam mempromosikan, sebagai contoh Dinas Pariwisata melakukan promosi dengan menyediakan sebuah flyer dan mengadakan event yang melibatkan Gayo Camping Ground.

2. Hambatan Komunikasi para Kru Wisata Gayo Camping Ground sering terjadi berupa miskomunikasi hal ini dapat mengurangi tingkat penerimaan pesan pada komunikan/crew. Hal ini yang sering terjadi pada tim Gayo Camping Ground yang mana sebelum memulai melaksanakan kegiatan tim terlebih dahulu melakukan rapat untuk memetakan apa saja yang dipersiapkan, beberapa fokus crew tidak efektif dalam mendengarkan arahan yang disampaikan oleh koordinator lapangan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di Gayo Camping Ground, maka penulis memberikan saran yang mungkin berguna dalam Strategi komunikasi pemasaran terhadap upaya meningkatkan pengunjung ke Danau Laut Tawar sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan antusias pengunjung di Objek Wisata Gayo Camping Ground diharapkan Pengelola Objek Wisata dan Owner Gayo Camping Ground untuk dapat menambah sarana toilet dan penerimaan bokingan sesuai dengan asset yang dimiliki agar tiak ada pengunjung yang kecewa.
2. Untuk meningkatkan pelayan terhadap pengunjung, ada baiknya Crew Gayo Camping Ground lebih kompak, berkeratifitas, dan solit dalam bekerja.

Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah agar dapat mendorong dan mendukung suatu kreatifitas masyarakat yang mengembangkan potensi potensi wisata pada Kabupaten Aceh Tengah dan memberikan pelatihan dan pembinaan kepada pelaku objek wisata

REFERENSI

- Firmansyah Anang, 2020 *Komunikasi Pemasaran*, Jawa Timur : CV.. Penerbit Qiara Media).
- Alfisahrin. 2022. “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Danau Laut Tawar Kota Takengon” *Jurnal; Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, Vo.6 No 1
- Anton. 2010. *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: CVAlfabeta.Karlina Ayu. (2019). dengan *Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam Di Kabupaten Aceh Jaya*.
- Arikunto. 2003. *Manajemen penelitian*. PT RinekaCipta.
- Gitosudarmo H. Indriyo. (2000) ; “*Manajemen Pemasaran*” ; Edisi ke-1; BPFE ; Yogyakarta.
- Herdiansyah Haris. 2010 *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika).
- Rakhmat Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunika*sin, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya),
- Pelita Maria Jemut (2021) *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Liang Bala Kelurahan Kota Ndora Kecamatan Borong Kabupaten Manggarai timur*.
- Arifin Muhammad, 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Wisata Pada Objek Wisata Alam Watu Layah di Temanggung*, (Semarang, Skripsi)
- Nurfadli Abidin Muh. (2020) *Strategi Pengembangan Pariwisata Malino Di Kabupaten Gowa*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.