



#28493 Summary

[SUMMARY](#) [REVIEW](#) [EDITING](#)

Submission

Authors	Rangga Imam Munajhat, Nyoman Suardhita
Title	STRATEGI KOMUNIKASI SANGKAN PARK DALAM MEMASARKAN WAHANA HIBURAN WATERPARK DI KUNINGAN
Original file	28493-74680-2-SM.DOCX 2024-08-29
Supp. files	None ADD A SUPPLEMENTARY FILE
Submitter	Rangga Imam Munajhat
Date submitted	August 29, 2024 - 10:48 PM
Section	Articles
Editor	None assigned

Status

Status	Awaiting assignment
Initiated	2024-08-29
Last modified	2024-08-29

Submission Metadata

[EDIT METADATA](#)

Authors

Name	Rangga Imam Munajhat
Affiliation	—
Country	Indonesia
Competing interests	—
CI POLICY	—
Bio Statement	—
Principal contact for editorial correspondence.	
Name	Nyoman Suardhita
Affiliation	Universitas Bina Sarana Informatika
Country	Indonesia
Competing interests	—
CI POLICY	—
Bio Statement	—

Title and Abstract

Title	STRATEGI KOMUNIKASI SANGKAN PARK DALAM MEMASARKAN WAHANA HIBURAN WATERPARK DI KUNINGAN
Abstract	Pariwisata adalah sektor kunci yang berperan penting dalam menggerakkan ekonomi lokal di Kuningan, Jawa Barat. Resort Sangkan Park Kuningan, dengan dukungan Pemerintah Kabupaten Kuningan, telah menjadi destinasi unggulan berkat keindahan alam dan budaya, serta berbagai fasilitas yang menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Tantangan dan peluang dalam industri hiburan menuntut Sangkan Park untuk terus beradaptasi melalui diversifikasi wahana dan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang komprehensif dan terintegrasi, serta analisis Hierarki Efek (<i>Kognitif, Afektif, Konatif</i>), menjadi landasan penting dalam merumuskan keputusan strategis. Pengembangan sektor wisata hiburan menjadi kunci bagi Resort Sangkan Park Kuningan dalam meningkatkan daya saingnya. Melalui analisis Hierarki Efek, resort ini dapat memahami kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan wisatanya. Dengan menciptakan konsep dan tema wisata yang unik, serta memanfaatkan teknologi dan inovasi, Sangkan Park berpotensi menarik lebih banyak pengunjung. Kolaborasi dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah daerah dan komunitas lokal, memperkuat posisi resort ini sebagai destinasi wisata yang berdaya saing tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis Hierarki Efek dalam kerangka pengembangan wisata hiburan di Resort Sangkan Park Kuningan, dengan pendekatan kualitatif yang difokuskan pada aspek komunikasi, serta memberikan rekomendasi strategis guna mendukung kemajuan resort dan industri pariwisata di Kuningan.

Indexing

Language	id
----------	----

Supporting Agencies

Agencies	—
----------	---

References

References	Agustin, A., & Agustiani, H. A. (2022). RISTEK: Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang.
	Alfarici, & Irma, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Aceh Dalam Memenangkan Kompetisi Pariwisata Halal 2016.
	Berlian, & Eri. (2016). MetMetodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Sukabina Press.
	Djakaria, M. R., Hinele, R., & Rahman, E. (n.d.). Analisis Swot Dalam Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Hotel Grand Q Gorontalo. JAMBURA, 5, 2022. http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB
	Firmansyah, & Anang. (2020). Komunikasi Pemasaran. Qiara Media.
	Leonandri, D., Dosen, ., & Trisakti, S. (2016). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PERHOTELAN DI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT (STUDI KASUS DI HOTEL HORISON). In Jurnal Ilmiah Pariwisata (Vol. 21. Issue 3).

ACCREDITED SINTA 4



QUICK MENU

[SUBMISSION](#)[FOCUS AND SCOPE](#)[AUTHOR GUIDELINES](#)[PUBLICATION ETHICS](#)[PEER REVIEW PROCESS](#)[JOURNAL CONTACT](#)[OPEN ACCESS POLICY](#)[COPYRIGHT NOTICE](#)[PUBLICATION FEES](#)[JOURNAL HISTORY](#)

(P-ISSN 2087-7463)

(E-ISSN 2686-4754)

JOURNAL TEMPLATE



USER

You are logged in as...
ranggaimammunajhat
» [My Journals](#)
» [My Profile](#)
» [Log Out](#)

RECOMMENDED TOOLS

