

**Komunikasi Pemasaran Snowbay Waterpark**  
(Studi Deskriptif Kegiatan Komunikasi Pemasaran Snowbay Waterpark)  
Marketing Communications Snowbay Waterpark  
(Descriptive Study Event Marketing Communications Snowbay Waterpark)

<sup>1</sup>Reika Salsabilla, <sup>2</sup>Ike Junita Triwardhani

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
email: <sup>1</sup>reikarei92@gmail.com, <sup>2</sup>junitatriwardhani@yahoo.com*

**Abstract.** Marketing Communication is an important aspect in the effort for attract buyers or consumers. Marketing communication should be carried out continuously for survival of business, product or service. Snowbay Waterpark certainly have marketing communications activities undertaken so that potential customers coming and targets expected. The purpose of this research was to determine how Snowbay Waterpark activities in advertising, personal selling, sales promotion, publicity, and direct marketing to attract visitors and promote the place so that customers come to visit. This research method using descriptive quantitative methods with qualitative data. Marketing communication activities conducted Snowbay Waterpark include advertising, media used is electronic such as websites, brochures. personal selling of Snowbay Waterpark is actively participating in the socialization such as holding exhibitions. Sales promotion of Snowbay Waterpark includes merchant promotion and car free day. Then in publicity activities include music concert event and for direct marketing is giving service such as contact information through the service on its website. The conclusions based on research, marketing communications activities Snowbay Waterpark is quite effective because Snowbay Waterpark use elements and strategies in marketing communications that almost all of the parts of the marketing communications strategy.

**Keywords :** Marketing communication, Snowbay Watrpark.

**Abstrak.** Komunikasi pemasaran merupakan aspek yang penting dalam usaha menarik pembeli atau konsumen. Komunikasi pemasaran harus dilakukan secara terus menerus dan berkembang untuk proses kelangsungan suatu usaha, produk maupun jasa. Begitupun dengan komunikasi pemasaran yang dilakukan Snowbay Waterpark. Dalam hal ini Snowbay Waterpark pasti memiliki kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan agar calon konsumen berdatangan dan memenuhi target yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan Snowbay Waterpark dalam periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan langsung dalam menarik minat pengunjung dan mempromosikan tempatnya agar para calon konsumen datang berkunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan data kualitatif. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Snowbay Waterpark meliputi Periklanan yaitu media yang digunakan antara lain iklan atau media elektronik, website, brosur, dll. Penjualan perseorangan Snowbay Waterpark yaitu aktif mengikuti sosialisasi seperti mengadakan pameran-pameran. Promosi penjualan Snowbay Waterpark yang meliputi promo merchant dan car free day dll. Snowbay Waterpark dalam hal publicity meliputi kegiatan konser musik dengan bintang tamu untuk para pengunjung. Dan Pemasaran langsung yang digunakan Snowbay Waterpark yaitu layanan informasi dan kontak melalui layanan di wesitenya, dll. Kesimpulan berdasarkan penelitian, kegiatan komunikasi pemasaran Snowbay Waterpark cukup efektif karena Snowbay Waterpark menggunakan elemen-elemen dan strategi-strategi dalam komunikasi pemasaran yang hampir semua dari bagian strategi komunikasi pemasaran.

**Kata Kunci :** Komunikasi pemasaran, Snowbay waterpark

## A. Pendahuluan

Di Indonesia wahana rekreasi keluarga sudah sangat tidak asing lagi di dengar mulai dari permainan roller coaster, rumah boneka, kincir angin, sampai wahana di dalam taman kolam renang atau yang biasa di sebut dalam bahasa inggris, Waterpark. Di Indonesia sendiri, tepatnya di Jakarta terdapat wahana rekreasi bertemakan air dan salju bernama Snowbay Waterpark yang berlokasi di Taman Mini Indonesia Indah.

Snowbay Waterpark adalah wahana rekreasi yang dirancang secara khusus sebagai taman rekreasi pertualangan berkelas dunia, berkonsep pegunungan salju memberikan suasana nyaman dan menyenangkan sehingga dapat menjadi wahana wisata favorit bagi keluarga.

Kedatangan pengunjung yang tak pernah sepi di taman rekreasi Snowbay Waterpark di hari libur maupun hari kerja ini menunjukkan bahwa Snowbay Waterpark berhasil memasarkan tempat yang mereka tawarkan. Sebuah taman rekreasi hiburan keluarga bertemakan air dan pegunungan salju ini telah menjadi favorit keluarga untuk melepas kepenatan. Snowbay Waterpark berhasil membuat strategi pemasaran berhasil, lalu apa saja pemasaran dan promosi yang Snowbay Waterpark lakukan hingga tak pernah sepi pengunjung.

## B. Landasan Teori

Komunikasi pemasaran adalah "Semua dari marketing mix (produk, harga, distribusi, promosi) yang melibatkan komunikasi antar organisasi atau perusahaan dan target audiens elemen-elemen pada segala bentuknya yang ditujukan untuk performance marketing". (Prisgunanto, 2006:8)

Ada lima strategi komunikasi pemasaran yaitu

1. periklanan,
2. promosi penjualan,
3. publicity (hubungan masyarakat),
4. penjualan personal (personal selling),
5. pemasaran langsung (direct marketing). (Kotler,1997:78)

Komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahap perubahan yang ditujukan kepada konsumen. Tahap pertama yang ingin dicapai dari sebuah strategi komunikasi pemasaran adalah tahap perubahan knowledge. Dalam perubahan ini, konsumen mengetahui adanya keberadaan sebuah produk untuk apa produk itu diciptakan dan ditujukan kepada siapa, dengan demikian pesan yang disampaikan tidak lebih menunjukkan informasi penting dari produk.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan data kualitatif. Untuk menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan akan membantu memecahkan permasalahannya.

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut "Komunikasi Pemasaran Snowbay Waterpark",Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan permasalahan ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Snowbay Waterpark adalah : (1) Advertising (periklanan) kegiatan periklanan yang dilakukan Snowbay Waterpark termasuk kedalam periklanan media above the line (media lini atas) dalam memasarkan dan mempromosikan tempat wahana rekreasinya, yaitu dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana promosi. Lalu tidak ketinggalan juga media below the line (media lini bawah) yang dimanfaatkan oleh Snowbay Waterpark

adalah dengan menggunakan poster, brosur sebagai sarana untuk memasarkan dan mempromosikan wahana rekreasinya. (2) Personal selling (penjualan perseorangan) bentuk Personal Selling yang dilakukan Snowbay Waterpark tersebut langsung kepada para pengunjung pameran yang hadir saat itu bertujuan memberikan informasi, memberikan brosur, selebaran, memutar video-video demo permainan wahana air yang Snowbay Waterpark tawarkan, lalu memberikan penjelasan sedikit tentang apa yang ditawarkan oleh Snowbay Waterpark, hingga memberikan gift voucher masuk wahana Snowbay Waterpark kepada beberapa calon konsumen secara gratis. (3) Sales Promotion (Promosi Penjualan) bauran komunikasi pemasaran dengan melakukan promosi penjualan (sales promotion) juga dilakukan oleh Snowbay Waterpark yaitu dengan menggunakan promo Merchant. Dengan menggunakan kartu bank tertentu. Misal; Bank BRI. Pengunjung dapat promo buy one get one (beli satu, gratis satu). Lalu Car Free Day sebagai salah satu alat untuk mengenalkan Snowbay Waterpark kepada masyarakat/calon pengunjung dirasa cukup efektif dalam mempromosikan tempatnya. Itu dilihat dari jumlah pengunjung yang tak pernah sepi. Snowbay Waterpark terletak di Jakarta Timur. Jakarta Timur merupakan daerah yang saat ini jumlah penduduknya cukup padat. Strategi Car Free Day seperti ini bukan mengejar timbal balik yang secara cepat. Tapi, dengan cara long term (jangka panjang). (4) Publicity (Publisitas) dalam mempromosikan Snowbay Waterpark yaitu mengadakan sebuah Event bertajuk Konser, dimana acara konser tersebut yang berpartisipasi adalah para band-band terkenal Indonesia bahkan artis Internasional pun pernah berpartisipasi dalam acara konser yang dilakukan Snowbay Waterpark. (5) Direct Marketing (Pemasaran Langsung) layanan kontak melalui website-nya menjadi tempat calon pengunjung atau siapapun dalam membutuhkan informasi atau keluhan tentang Snowbay Waterpark. Dengan adanya layanan kontak ini memudahkan calon konsumen untuk bertanya sekaligus mendapatkan informasi yang diinginkan oleh calon konsumen. Hanya dengan menuliskan apa yang ingin disampaikan atau ditanyakan, pihak Snowbay Waterpark akan membalas dan memberikan informasi yang dibutuhkan.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Advertising atau kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Snowbay Waterpark dalam memasarkan tempatnya dengan menggunakan Media above the line maupun Media below the line-nya. Berbagai brosur yang dilakukan Snowbay Waterpark dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk datang berkunjung.
2. Kegiatan Personal Selling yang dilakukan oleh Snowbay Waterpark dengan mengadakan pameran secara langsung sangat menarik, apalagi dengan adanya pemberian langsung gift voucher terhadap calon pengunjung yang sangat menggiurkan membuat Snowbay Waterpark belakangan ini ramai didatangi pengunjung. Lalu dengan adanya Grouping, membuat layanan Snowbay Waterpark semakin baik, jadi para calon pelanggan yang akan berkunjung untuk rombongan tidak akan kesulitan. Selain menawarkan harga yang murah Snowbay Waterpark juga akan melayani serta ikut memeriahkan acara para pelanggan.
3. Sales Promotion yang ditawarkan Snowbay Waterpark selalu ramai di serbu pengunjung. Promo Merchant sangat banyak yang menggunakan kartu debit atau kredit masing-masing Bank untuk membeli tiket. Menggiurkannya harga-

harga serta promo-promo yang ditawarkan melalui promosi Merchant membuat pihak Bank tak bosan-bosannya me-renew kontrak kerjasamanya bersama Snowbay Waterpark. Se jauh ini promo Merchant yang sangat digemari para pengunjung. Dan strategi Sales Promotion yang dilakukan oleh Snowbay Waterpark dengan mengadakan Promo Merchant. Lalu, dengan cara terjun langsung membuat acara seperti “Car Free Day” sangatlah efisien dan berhasil untuk memperkenalkan Snowbay Waterpark kepada masyarakat awam atau yang baru mengenal wahana rekreasi air ini. Pada kegiatan tersebut selain memperkenalkan Snowbay Waterpark dan juga menjaga lingkungan, calon pengunjung juga dimanjakan dengan hiburan-hiburan, permainan-permainan serta doorprize.

4. Publicity yang dilakukan Snowbay Waterpark dalam mempromosikan Snowbay Waterpark yaitu mengadakan sebuah Event bertajuk Konser, dimana acara konser tersebut yang berpartisipasi adalah para band-band terkenal Indonesia bahkan artis Internasional pun pernah berpartisipasi dalam acara konser yang dilakukan Snowbay Waterpark.
5. Kegiatan Direct Marketing yang dilakukan Snowbay Waterpark juga cukup efektif dalam melayani calon pengunjung yang hendak mendapatkan informasi. Pemasaran langsung (direct marketing) Snowbay Waterpark menggunakan media internet (website) dan media sosial sebagai tempat promosi dalam memasarkan tempat wahanya rekreasinya. Layanan kontak melalui website-nya menjadi tempat calon pengunjung atau siapapun dalam membutuhkan informasi atau keluhan tentang Snowbay Waterpark. Dengan adanya layanan kontak ini memudahkan calon konsumen untuk bertanya sekaligus mendapatkan informasi yang diinginkan oleh calon konsumen.

## **E. Saran**

### **Saran Teoritis**

1. Saran teoritis yang diusulkan oleh penulis selama melakukan penelitian adalah untuk penelitian selanjutnya pada penelitian semacam ini komunikasi pemasaran yang dilakukan harus lebih komprehensif.

### **Saran Praktis**

1. Sebaiknya Snowbay Waterpark memperkenalkan tempatnya tidak hanya di Jakarta Timur saja, melainkan seluruh pelosok Jakarta atau diluar Jakarta agar para keluarga-keluarga dan masyarakat luas mengetahui dan mengenal Snowbay Waterpark sebagai taman hiburan keluarga favorit.
2. Menciptakan mekanisme komunikasi yang lebih menarik dengan jingle lagu, iklan di televisi dan slogan yang mudah diingat oleh target audience dan lebih menonjolkan kelebihan produk. Dengan metode seperti ini, akan dapat meningkatkan awareness calon pengunjung akan keseruan Snowbay Waterpark.

## **Daftar Pustaka**

- Kotler, Philip & Gary Armstrong, 1997. Manajemen Pemasaran. Analisis dan Perencanaan. Analisis dan Kontrol Jilid 2 . Jakarta : PT. Indeks.
- Prisgunanto, Ilham.2006. Komunikasi Pemasaran: strategi dan taktik. Bogor: Ghalia Indonesia.kmk
- Sudjarwo, 2001. Teknik Wawancara dan Proses Data untuk Tujuan Penelitian. Jakarta : Gramedia.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: CV.Alfabeta.

Sutisna, 2002. Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.