

## ABSTRAK

---

Nirwana Gardens Resort adalah salah satu Resort yang terletak di Pulau Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung di resort ini didominasi oleh wisatawan mancanegara, sedangkan wisatawan nusantara jumlahnya masih terbilang rendah. Strategi *advertising* yang dilakukan Nirwana Gardens Resort masih berfokus pada wisatawan mancanegara dan sangat berbanding terbalik dengan *advertising* yang digunakan pada wisatawan nusantara yang dapat dibilang sangat kurang padahal potensi wisatawan nusantara cukup besar dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Nirwana Gardens Resort memiliki beberapa sales office baik didalam negeri maupun diluar negeri, dalam bidang *advertising* Nirwana Gardens Resort memusatkan kegiatannya di Singapore sales office. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi *advertising* yang dilakukan oleh Nirwana Gardens Resort dan implementasi *advertising* terhadap wisatawan nusantara. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara ke staff *sales and marketing* Nirwana Gardens Resort, observasi, serta studi dokumentasi untuk memperkuat data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dari beberapa metode pengumpulan data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Nirwana Gardens Resort hanya mengutamakan strategi *advertising* pada media elektronik yang dianggap paling efektif. Nirwana Gardens Resort menjadikan wisatawan mancanegara sebagai market utama sehingga *advertising* lebih difokuskan kepada wisatawan mancanegara dan tidak memiliki strategi *advertising* khusus bagi wisatawan nusantara, hal inilah yang menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan nusantara masih terbilang rendah dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk menganalisa sebab rendahnya tingkat kunjungan wisatawan nusantara di Nirwana Gardens Resort.

Kata kunci : *Advertising*, Wisatawan Nusantara, Nirwana Gardens Resort