

ABSTRAK

Pemasaran adalah salah satu cara dalam meningkatkan suatu penjualan produk dan jasa suatu perusahaan, dengan adanya suatu kegiatan pemasaran akan dapat meningkatkan penjualan terhadap produk dan jasa. Salah satu cara untuk memasarkan produk atau pun jasa adalah Kegiatan Komunikasi Pemasaran dengan adanya Kegiatan Komunikasi Pemasaran oleh perusahaan dapat mengetahui apa yang di perlukan sebelum melakukan kegiatan pemasaran tersebut. Dalam kegiatan Strategi Komunikasi juga sering digunakan dalam bisnis pariwisata. Kegiatan Komunikasi Pemasaran juga dapat meningkatkan *Awareness* terhadap sebuah objek tempat destinasi-destinasi pariwisata. Selain itu, banyak tempat objek pariwisata yang sering melakukan pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke objek pariwisata tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kegiatan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Awareness Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap tiga informan penelitian untuk mendeskriptifkan bagaimana Kegiatan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Awareness Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih. Data hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kegiatan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Awareness Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih menggunakan Strategi *Model IMC Dwi Sapta* yang terdiri dari *Discovery Circle*, *Intent Circle* dan *Strategy Circle*

KATA KUNCI: Brand Awareness, Strategi Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Deskriptif Kualitatif