

**“ANALISIS BRANDING, ADVERTISING, SELLING SEBELUM DAN
SESUDAH PENERAPAN KONSEP WISATAS BERBASIS KOMUNITAS
PADA WISATA ALAM GOSARI (WAGOS)”**

Nama : Tiara Liza Erliana
NIM : 1011810096
Dosen Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini dibuat untuk memperoleh gambaran dan temuan mengenai branding, advertising, selling sebelum dan sesudah adanya konsep wisata desa berbasis komunitas pada Wisata Alam Gosari (WAGOS). Objek penelitian ini adalah Wisata Alam Gosari pada Desa Gosari, Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik, Narasumber yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari narasumber pengelola Wisata Alam Gosari serta pengunjung dan pengamat pariwisata sebagai triangulasi data. Untuk jenis penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Teknik pengumpulan data digunakan oleh peneliti adalah melalui tiga cara, yaitu observasi, wawancara mendalam atau (in depth interview) dan juga dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan mengenai keadaan Branding, Advertising, Selling saat sebelum dan sesudah penerapan konsep CBT di Wisata Alam Gosari (WAGOS).

Kata kunci: *Community-based tourism, branding, advertising, selling, WAGOS*

“ANALYSIS OF BRANDING, ADVERTISING, SELLING BEFORE AND AFTER THE APPLICATION OF COMMUNITY-BASED TOURISM CONCEPT IN WISATA ALAM GOSARI (WAGOS)”

Name : Tiara Liza Erliana
Student Identity Number : 1011810096
Guidance Lecturer : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

The purpose of this study was to obtain an overview and findings regarding branding, advertising, selling before and after the concept of community-based village tourism in Wisata Alam Gosari (WAGOS). The object of this research is Wisata Alam Gosari in Gosari Village, Ujungpangkah, Gresik. The resource persons who taken in this study are 5 people consisting of resource persons managing Gosari Nature Tourism as well as visitors and tourism observers as data triangulation. For this type of research, the researcher chose to use a qualitative method with a phenomenological approach. Data collection techniques used by researchers are through three ways, namely observation, in-depth interviews or (in depth interviews) and also documentation. The results of this study indicate that there are significant differences regarding the state of Branding, Advertising, Selling before and after the application of the CBT concept in Wisata Alam Gosari (WAGOS).

Keywords: *Community-based tourism, branding, advertising, selling, WAGOS*