

**Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Pemerintah
Kabupaten Luwuk Banggai**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :
Doni Rahmat
NBI.1151600273

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17AGUSTUS1945 SURABAYA
SURABAYA
2021

Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Pemerintah Kabupaten Luwuk Banggai

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :
Doni Rahmat
NBI.1151600273

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17AGUSTUS1945 SURABAYA
SURABAYA
2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Doni Rahmat

NPM : 1151600273

Judul : Penerapan Komunikasi Pariwisata di Pemerintah Kabupaten Luwuk
Banggai

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.

Surabaya, Juli 2021
Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing

Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji

1. **Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom**

Ketua

2. **Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Anggota

3. **Dr. Merry Fridha Palupi, S.Sos., M.Si**

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Doni Rahmat

NPM 1151600273

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pariwisata di Pemerintah Kabupaten Luwuk Banggai

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/arah karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 15 Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Doni Rahmat



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45
SURABAYA TLP. 031 593
1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Doni Rahmat
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

“Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Kabupaten Banggai”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 15 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Doni Rahmat)

ABSTRAK

Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di pemerintah kabupaten Luwuk Banggai. Banyak objek wisata yang berada di Kabupaten Banggai yang menarik untuk dikunjungi, namun masih kurangnya dalam hal penataan. Pariwisata merupakan salah satu sektor bagi suatu daerah. Dinas pariwisata harus meningkatkan strategi agar sektor pariwisata dapat meningkat dan berkembang. Teori yang digunakan yaitu *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran 4P) yaitu *product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan Kualitatif dan wawancara sebagai pengumpulan data. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Hasil penelitian Berdasarkan data yang telah di sajikan di atas, strategi komunikasi pemasaran melalui bauran pemasaran 4P (*Promotion*, *Price*, *Place* dan *Product*) yaitu berupa *Promotion* berupa media cetak seperti koran baik itu koran elektronik maupun koran cetak, melalui *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *Tik-tok*, *Internet*, dan *Website*. Sedangkan untuk *Price* untuk harga seperti biaya masuk objek wisata berdasarkan tarif retribusi di atur dalam perda nomor 52 tahun 2018 tentang perubahan atas peraturan daerah kabupaten Banggai pada dinas pariwisata tentang retribusi jasa umum. Sementara itu untuk *Place* bauran pemasarannya tempat objek wisata di pemerintah kabupaten Banggai di kelola oleh pemda yang termasuk dalam Destinasi Tempat Wisata (DTW) yang di atur dalam perda nomor 3 tahun 2020 tentang tata kelola kabupaten Banggai dimana untuk tata kelola tempat wisata. Terakhir untuk *Product* menggunakan *Personal selling* (Penjualan tatap muka) yakni dengan mengadakan festival atau event pariwisata yang diadakan di dalam daerah dan luar daerah Kabupaten Luwuk Banggai.

Kata kunci : Komunikasi, Pemasaran, Pariwisata, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

This study aims to determine the communication strategy of the Department of Tourism to improve tourist operators visit Luwuk Banggai Kabuapten government. Many tourist objects in Banggai Regency are interesting to visit, but they are still lacking in terms of arrangement. Tourism is one sector for an area. The tourism office must improve strategies so that the tourism sector can increase and develop. The theory used is the *Marketing Mix* (Marketing Mix 4P) namely *product*, *price*, *place* and *promotion*. The method used in this study is a qualitative approach and interviews as data collection. Data collection techniques through observation, interviews, documentation and literature study. Research results Based on the data presented above, the marketing communication strategy through the 4P marketing mix (*Promotion*, *Price*, *Place* and *Product*) is in the form of *Promotion* in the form of print media such as newspapers, both electronic newspapers and print newspapers, through *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* and *Tik-Tok*, *Internet* and *Websites*. As for *Price* to price as the entry fee attractions by levy are set in the regulation number 52 in 2018 on amendments to the Banggai kabuapaten local regulations on the tourism department of the general levy jacket. Meanwhile, for the *Place* marketing mix, where the Banggai district government's super tourist objects are managed by the local government which is included in the Tourist Place Destinations (DTW) which is regulated in regional regulation number 3 of 2020 concerning Banggai district governance which is for the management of tourist attractions. last to *Prodcuct* use *Personal selling* (Sales-face) that is to hold a festival or event pariwisata held in the region and outside the region Luwuk Banggai regency.

Keywords: Communication, Marketing, Tourism, Marketing Mix

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Penerapan Komunikasi Pariwisata di Pemerintah Kabupaten Luwuk Banggai” sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Tentunya dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang tidak disadari dan tidak sengaja namun penulis telah berusaha maksimal untuk menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan, masukan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu A.A.I. Prihamdari Satvikadewi, S.Sps., M.Med.Kom. selaku Kapala Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sekaligus dosen wali penulis
3. Ibu Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom. selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, motivasi, waktu dan pikirannya selama penyusunan skripsi ini.
4. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing II yang juga telah dengan sabar memberikan bimbingan, waktu, saran, dan pikirannya selama penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, S.Sos., M.Si dan Ibu Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom yang sudah menjadi dewan penguji untuk sidang skripsi penulis
6. Drs. Jupriono M.Si. selaku dosen wali, terimakasih telah membimbing dan memberikan arahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak dan ibu dosen pengajar yang selama masa perkuliahan telah meluangkan waktu untuk mengajar serta memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Segenap staf perpustakaan dan staf karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah melayani dan membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga penulis, yaitu Alamarhum Papa, Mama, Kakak Dian, dan

Kakak Deni . Terimakasih telah memberikan doa dan dukungan agar penulis memiliki semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada Pak Subrata Kalape, S.Sn, Pak Alfiyan Ahmad, S.Sn, Pak Suparman dan Ibu Yulisma di Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Banggai yang telah bersedia menjadi narasumber untuk menyelesaikan skripsi ini
11. Pacar saya Zivana Putri Maharani Bazar yang selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan membantu penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan, Bagus Pribadi, Rizqi, Ella, Shafira, Efrina, Erica , Dani , Dini, Ega, serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang selalu memberikan dukungan, saran, serta bantuan sampai terselesaikannya skripsi ini.
13. Untuk Ciknad dan Zac yang selalu ada dan memberikan motivasi , mengarahkan agar skripsi ini bisa selesai.
14. Babeh Purwo yang ada di Belanda yang selalu memberikan motivasi dan memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pembaca serta dapat menjadi sumber referensi.

Surabaya, 15 Juli 2021



Penulis

DAFTAR ISI

Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Pemerintah Kabupaten Luwuk Banggai.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<i>1.1 LATAR BELAKANG</i>	<i>1</i>
<i>1.2 RUMUSAN MASALAH.....</i>	<i>4</i>
<i>1.3 TUJUAN PENELITIAN.....</i>	<i>4</i>
<i>1.4 MANFAAT PENELITIAN</i>	<i>4</i>
<i>1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN</i>	<i>5</i>
BAB II	6
KAJIAN PUSTAKA	6
<i>2.1 Penelitian Terdahulu</i>	<i>6</i>
<i>2.2 Critical Review.....</i>	<i>8</i>
<i>2.3 LandasanTeori.....</i>	<i>9</i>
2.3.1 Komunikasi	9
2.3.2 Strategi Komunikasi.....	10

2.3.3 Komunikasi Pemasaran	12
2.3.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	13
2.4 . Kerangka Berfikir	15
BAB III.....	15
METODE PENELITIAN	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Peran Peneliti.....	17
3.3 Lokasi Penelitian.....	17
3.4 Subjek & Objek Penelitian.....	17
3.5 Jenis Data	17
3.5.1 Primer.....	17
3.5.2 Sekunder.....	17
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.6.1. Wawancara mendalam (In-depth Interview).....	18
3.6.2. Dokumentasi	18
3.6.3 Studi Literatur	19
3.7 Teknik Analisis Data	19
3.8 Keabsahan Data	19
BAB IV	20
DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1 Deskripsi Obyek.....	20
4.1 Penyajian data	22
4.2 Pembahasan.....	25
4.2.1 Lokasi Wisata Pulau Dua di Daerah Luwuk Banggai	25
4.3.2 Promosi Daerah Wisata Kabupaten Luwuk Banggai	27
4.3.3 Penetapan Harga Tempat Wisata	31
4.3.4 Tata Kelola Tempat Wisata.....	32
BAB V.....	34
KESIMPULAN DAN SARAN	34
5.1 KESIMPULAN.....	34

5.2 SARAN.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Badan Pusat Statistik Kabupaten Banggai.BPS.go.id	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3 Destinasi Wisata di Pemerintahan Kabupaten Luwuk Banggai	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Media Promosi lewat Website Koran Digital Luwuk Post.....	27
<i>“Tentu semua city branding yang ada di kita itu yang pertama terus kita kampanyekan melalui pesan-pesan baik putra-putri yang melakukan testimoni atau memanfaatkan media yang sekarang sedang di gandrungi oleh kaum milenial. Misalnya lewat Gambar 2 Komunitas Seni Rompongfacebook,twitter,instagram dan lewat tik tok lewat apapun itu kita selalu menitipkan supaya adik-adik kaum milenial yang ada di kabupaten banggai .itu selalu membawa branding kkita itu.. Jadi logo wonderfull banggai itu selalu kita pakai di setiap brosur-brosur, baliho, di video trott dimanapun branding ini selalu kita pakai. Jadi itu adalah strategi yang kita pakai saat ini tetapi masih konvensional tetapi yang satu-satunya yang kami anggap paling efektif untuk saat ini”</i>	28
Gambar 3 Komunitas Seni Rompong.....	29
Gambar 4 Pertunjukan Tari Seni Rompong	30
Gambar 5 Pertunjukan Tari Seni Rompong	30
Gambar 6 PerBup Kab.Banggai	32
Gambar 7 Komoditi Unggulan dan Sektor Andalan Pengelolaan Potensi SDA	33

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara.....	39
Lampiran 2 Rekapitan wawancara	39
Lampiran 3 Lembar ACC Revisi.....	49

