

**STRATEGI PUBLIKASI KEPARIWISATAAN KOTA
SURABAYA**
(STUDI KASUS OBYEK WISATA KENJERAN)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Nadva Finka Paramitha

1151401005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2018

**STRATEGI PUBLIKASI KEPARIWISATAAN KOTA
SURABAYA**
(STUDI KASUS OBYEK WISATA KENJERAN)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi **Tugas Akademik**
dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Nadya Finka Paramitha

1151401005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NADYA FINKA PARAMITHA

NBI : 1151401005

**JUDUL : STRATEGI PUBLIKASI KEPARIWISATAAN
(STUDI PADA OBYEK WISATA KENJERAN)**

Mengetahui,

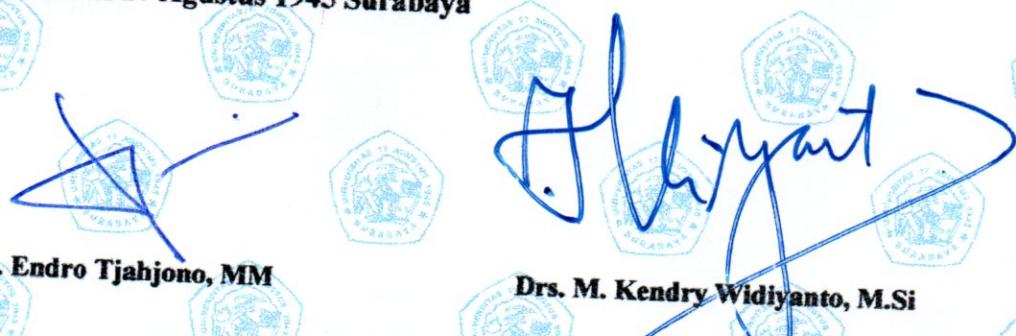
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Surabaya, 12 Februari 2018
Disetujui Oleh**

Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Drs. M. Kendry Widiyanto, M.Si



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

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

DEWAN PENGUJI

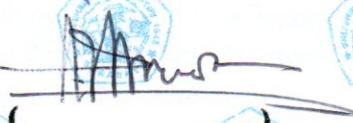
1. **Drs. H.M Kendry Widiyanto, M.Si**
Ketua



2. **Dr. IGN Anom Maruta, MM**
Anggota



3. **Prof. Dr. Arif Darmawan, S.U.**
Anggota



Mengesahkan
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,


Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Finka Paramitha
NBI : 1151401005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Publikasi Kepariwisataan Kota
Surabaya (Studi Pada Obyek Wisata Kenjeran)

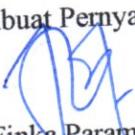
Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau 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 sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan 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, 12 Februari 2018

Yang Membuat Pernyataan


(Nadya Finka Paramitha)

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NADYA FINKA PARAMITHA

NBI : 1151401005

**JUDUL : STRATEGI PUBLIKASI KEPARIWISATAAN
(STUDI KASUSOBYEK WISATA KENJERAN)**

Surabaya, 24 Januari 2018

Mengetahui

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

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Drs. M. Kendry Widiyanto, M.Si

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji, 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. Drs. H.M Kendry Widiyanto, M.Si

Ketua ()

2.

Anggota ()

3.

Anggota ()

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Finka Paramitha
NBI : 1151401005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Publikasi Kepariwisataan Kota Surabaya
(Studi Kasus Obyek Wisata Kenjeran)

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 orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau 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 sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan 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, 24 Januari 2018
Yang Membuat Pernyataan

(Nadya Finka Paramitha)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini yang merupakan hasil penelitian saya selama 1 (satu) bulan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya yang saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah memberi dukungan moril dan materiil dari awal kuliah sampai akhir semester ini dan kepada adik tingkat terutama di jurusan ilmu komunikasi agar karya ilmiah saya ini bermanfaat untuk kalian semua.

MOTTO

“Jadilah seperti batu karang, yang senantiasa tegak berdiri meski ombak berjuta kali menghantam”

“Manusia yang kuat apabila jatuh akan bangkit, bangkit dan bangkit lagi. Sampai mereka tak merasakan lagi apa itu sakit.”

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S Al-Insyirah : 5)

ABSTRACT

This study discusses about the role of the Surabaya government utilize tourism potential become a tourism product. Surabaya city, which is known by the business city, it actually has a variety of tourist attraction. The Park is an icon of Surabaya tourism. Nature, heritage, shopping, and culinary tourism contribute a major role for the growth of Surabaya tourism beside heritage tourism. Seeing the condition of Surabaya tourism growth, the government set up a special organization engaged in the promotion of tourism, named Surabaya Tourism Promotion Board (STPB). Surabaya Tourism Promotion Board is the first tourism promotion organization in East Java, which is under the Department of Promotion of Culture and Tourism of Surabaya. The focus of this study is on the role of Department of Promotion of Culture and Tourism of Surabaya in promoting Kenjeran Beach Surabaya tourism and the marketing strategies they are used. The method used is descriptive qualitative method using primary and secondary data sources. The primary data source was obtained through interviews with various parties associated with Department of Promotion of Culture and Tourism of Surabaya and secondary data sources obtained from journals, articles, books, and the internet. Generally Department of Promotion of Culture and Tourism of Surabaya have done all requested activities as mentioned in their role such as create a book calendar annual event, activity roadshows, fam trips, and trade show, and co-city branding with business products, associations, and the arts.

Keyword : Promotion, Tourist, Icon City

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai peranan yang dilakukan pemerintah Kota Surabaya memanfaatkan potensi wisata yang ada untuk dipasarkan menjadi sebuah produk wisata andalan. Kota Surabaya, yang selama ini lebih dikenal dengan kota bisnis, sebenarnya memiliki berbagai daya tarik wisata. Taman menjadi ikon wisata andalan Surabaya. Selain wisata taman, saat ini dikembangkan wisata alam, religi, wisata belanja, dan kuliner untuk turut menyumbang peran besar bagi kemajuan pariwisata Surabaya. Melihat kondisi pariwisata kota Surabaya yang mengalami kemajuan, pihak pemerintah membentuk sebuah organisasi yang khusus bergerak dalam bidang promosi pariwisata yang diberi nama Surabaya Tourism Promotion Board (STPB). Surabaya Tourism Promotion Board merupakan organisasi promosi wisata yang pertama di Jawa Timur yang berada dibawah Bidang Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. Fokus penelitian ini ada pada peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dalam memajukan pariwisata Pantai Kenjeran Surabaya dan strategi pemasaran yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dan sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, buku, dan internet. Peran yang dilakukan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dengan membuat buku kalender event tahunan kota Surabaya, kegiatan roadshow, fam trip, dan trade show, dan co-city branding dengan business product, asosiasi, dan kesenian

Kata Kunci : Promosi, Wisata, Ikon Kota

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan berkah-Nya Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi, dengan judul **"Strategi Publikasi**

Kepariwisataan Kota Surabaya (Studi Kasus Obyek Wisata Kenjeran")

Dalam pembuatan proposal skripsi ini berbagai suka dan duka dialami oleh Peneliti. Mulai dari penolakan, semangat yang sempat hilang, berbagai tugas kuliah yang menyita waktu, dan berbagai persoalan teknis lainnya. Tetapi, semua kendala tersebut dalam dihadapi berkat adanya ridho Allah SWT dan juga pihak-pihak yang membantu Peneliti untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karenanya, pada kesempatan ini Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, yaitu kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
2. Bapak **Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI** selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945.
3. Bapak **Drs. H.M. Kendry Widijanto, M.Si.** dan Bapak **M. Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.**, Dosen Pembimbing Peneliti yang telah banyak memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, perhatian, nasehat, dan cerita serta pengalaman yang diberikan kepada Peneliti dari awal pembuatan skripsi sampai akhir.
4. Bapak **Drs. D. Jupriono, M.Si** selaku Kepala Program Studi *Ilmu Komunikasi* periode sebelumnya dan Ibu **A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos** selaku Ketua Program Studi *Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.

5. Bapak **Dr. Endro Tjahjono, MM** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
6. Bapak Djainal Arifin dan Ibu Siti Zulaikah, Orang Tua Peneliti yang selalu memberikan perhatian, doa, masukan dan hiburan ketika Peneliti merasa penat selama pembuatan skripsi ini.
7. Bapak Widodo Suryantoro selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada Peneliti untuk menyelesaikan skripsi dan juga memberikan masukan serta support kepada Peneliti.
8. Ibu Dayu Kade Asritami selaku kepala unit Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya & jajaran staf yang telah memberikan kesempatan kepada Peneliti untuk melaksanakan riset.
9. Bapak Okto dan Bapak Yahya selaku staf UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran
10. Staf Sekretariat Universitas 17 Agustus 1945 yang selalu membantu Peneliti mengurus semua keperluan selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman jurusan *Ilmu Komunikasi* 2014 Universitas 17 Agustus 1945 yang bersama saling mendukung dan memberi semangat sejak awal penyusunan hingga akhir penelitian.
12. Rekan KKN Tematik Ponorogo 2017 yang senantiasa menghibur saya dan memaklumi kesibukan saya saat menyusun skripsi ini
13. Rahma, Bella, Yossi, Kevin sebagai teman peneliti yang telah memberikan dukungan, doa, bantuan, masukan selama penyusunan penelitian.

Halaman Sampul

Halaman Judul

Halaman Persetujuan Skripsi i

Halaman Pengesahan Skripsi ii

Halaman Orisinalitas iii

Halaman Persembahan iv

Motto v

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

I. PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

II. KAJIAN TEORI 11

A. Hasil Penelitian Terdahulu 11

B. Landasan Teori 13

1. *Public Relations* 14

a. Pengertian *Public Relations* 14

| | |
|---|----|
| b. Fungsi <i>Public Relations</i> | 14 |
| c. Makna dan Praktik <i>Public Relations</i> | 19 |
| 2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata | 25 |
| a. Visi dan Misi | 25 |
| b. Landasan Hukum | 26 |
| c. Fungsi, Tujuan dan Sasaran | 26 |
| i. Sub Bagian Umum dan Kebudayaan | 27 |
| ii. Sub Bagian Keuangan | 28 |
| iii. Sub Bagian Seni Budaya | 28 |
| iv. Seksi Sejarah, Museum dan Cagar Budaya | 29 |
| v. Seksi Jasa Kepariwisataan..... | 29 |
| vi. Seksi Sarana Kepariwisataan | 30 |
| vii. Seksi Rekreasi | 30 |
| viii. Seksi Hiburan Umum | 31 |
| ix. Seksi Pembangunan dan Pengembangan Kepariwisataan | 31 |
| x. Seksi Promosi Kepariwisataan | 32 |
| d. Tujuan | 33 |
| e. Struktur Organisasi | 35 |
| f. Program dan Kegiatan | 35 |
| g. Faktor-Faktor yang menjadi Pertimbangan | 35 |
| h. Garis Besar Rekapitulasi Program dan Kegiatan | 36 |
| 3. Advertising | 37 |
| 4. Personal Selling | 38 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 5. Direct Selling | 38 |
| 6. Publicity | 39 |
| 7. Sales Promotion | 42 |
| 8. Interactive Marketing | 43 |
| 9. Komunikasi Pemasaran Terpadu | 44 |
| a. Tujuan | 45 |
| b. Tahapan Resolusi | 45 |
| c. Strategi | 46 |
| d. Proses Perencanaan | 46 |
| e. Proses Mengelola | 47 |
| f. Cakupan | 48 |
| 10. Media Promosi | 48 |
| a. Media Cetak | 51 |
| b. Media Elektronik | 53 |
| c. Media Internet | 54 |
| d. Media Produk | 56 |
| e. Media Iklan Luar Ruang | 56 |
| 11. Partisipasi Masyarakat | 58 |
| a. Bentuk dan Tipe Partisipasi | 62 |
| C. Kerangka Dasar Pemikiran | 63 |
| III. METODE PENELITIAN..... | 65 |
| 1. Tipe Penelitian | 65 |
| 2. Peran Peneliti..... | 65 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 3. Lokasi Penelitian | 65 |
| 5. Sumber Data..... | 66 |
| 7. Teknik Analisis Data | 67 |
| 8. Keabsahan Data..... | 68 |

IV. DESKRIPSI OBYEK DAN HASIL PENELITIAN 69

| | |
|---------------------------------------|----|
| A. Deskripsi Obyek | 69 |
| 1. Sejarah singkat | 69 |
| 2. Fasilitas | 70 |
| 3. Perkembangan | 70 |
| B. Penyajian Data..... | 71 |
| 1. Identifikasi Fungsi Humas | 71 |
| 2. Kegiatan Promosi..... | 72 |
| 3. Peran Promosi Tempat Wisata..... | 73 |
| 4. Hambatan dalam Promosi | 73 |
| C. Pembahasan | 74 |
| 1. Komunikasi Pemasaran Terpadu | 74 |
| a. Advertising | 74 |
| b. Personal Selling | 75 |
| c. Direct Selling | 76 |
| d. Publicity | 77 |
| e. Sales Promotion | 77 |
| f. Interactive Marketing | 78 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| V. PENUTUP..... | 79 |
| A. Kesimpulan..... | 79 |
| B. Saran..... | 80 |
| 1. Saran Instansi | 80 |
| 2. Saran Peneliti | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN..... | 8 |