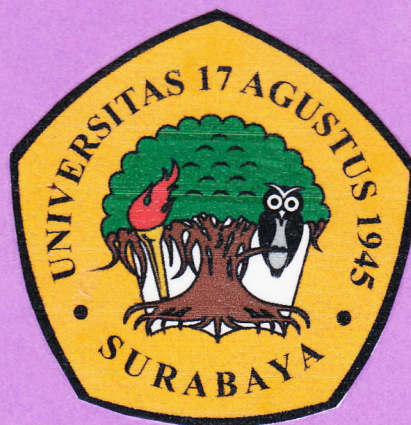


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURABAYA
NORTH QUAY DALAM MENARIK MINAT
PENGUNJUNG**

SKRIPSI

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



Oleh :

KASIYATI

NPM : 1151401003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURABAYA
NORTH QUAY DALAM MENARIK MINAT
PENGUNJUNG**

SKRIPSI

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



Oleh :

KASIYATI

NPM : 1151401003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : KASIYATI

NPM : 1151401003

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SURABAYA NORTH QUAY
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

Surabaya, Juli 2018

Mengetahui,

Disetujui Oleh,

Dekan

Dosen Pembimbing

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

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dr. Rachmawati Novaria, MM

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 Strata S-1 pada tanggal 2 Agustus 2018

DEWAN PENGUJI

1. Dr. Rachmawati Novaria, MM

Ketua

(.....)

2. Dra. Indah Murti, M.Si

Anggota

(.....)

3. A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom.

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 : Kasiyati
NPM : 1151401003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Surabaya North Quay dalam Menarik Minat Pengunjung

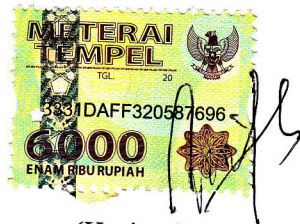
Menyatakan :

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/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 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, 08 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan



(Kasiyati)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : Kasiyati
Nomor Mahasiswa : 1151401003

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
Strategi Komunikasi Pemasaran Surabaya North
Quay Dalam Menarik Minat Pengunjung

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

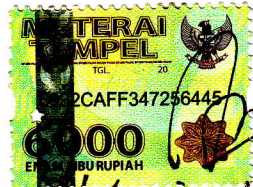
Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 26 September 2018

Yang menyatakan



(.....Kasiyati.....)

MOTTO

Jangan pernah merasa dimanfaatkan orang lain

Karena sebaik baiknya manusia adalah

Manusia yang bermanfaat bagi manusia lain

Ketahuiilah bahwa usaha tidak akan mengkhianati hasil

Darimana anda dapat hasil jika usaha tidak ada

Darimana hasil bisa maksimal jika usaha masih kurang

Koreksi diri sebelum menyalahkan orang lain

Sebab, setiap proses pasti ada hikmahnya

Jika hal yang membuatmu kuat adalah cinta

Maka cinta terkuatmu ada pada Tuhan

ABSTRAK

Berkembangnya industri pariwisata yang ada di Indonesia sangatlah pesat dan berbanding lurus dengan kualitas destinasi wisata, baik berupa sarana dan prasarana. Sehingga menuangkan ide kreatif para pembisnis untuk terus mengembangkan dan menciptakan wisata baru. Salah satunya wisata kemaritiman yang menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Sehingga Indonesia semakin tertarik untuk mengembangkan wisata maritim, yang salah satunya wisata maritim tersebut terdapat di kota Surabaya yakni Surabaya North Quay. Sebuah wisata dengan menyajikan pemandangan indah yang langsung bisa dinikmati dari tepi laut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di Surabaya North Quay, dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan observasi dan wawancara. Sementara data sekunder di dapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku – buku, literatur, jurnal serta situs – situs internet yang memiliki relevansi kuat dengan objek penelitian. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Surabaya North Quay dalam menarik minat pengunjung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) dengan menggunakan enam komponen yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), acara dan pengalaman.

Penelitian ini menjelaskan bahwa, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Surabaya North Quay kurang maksimal sehingga perlu untuk ditingkatkan kembali mengenai strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan enam komponen yang sudah dijelaskan oleh teori IMC yang dapat diterapkan. Agar dapat lebih banyak menarik minat pengunjung.

Kata kunci: pariwisata, komunikasi pemasaran, IMC

ABSTRACT

The development of the tourism industry in Indonesia is very rapid and is directly proportional to the quality of tourist destinations, both in the form of facilities and infrastructure. So as to pour creative ideas for business people to continue to develop and create new tourism. One of them is maritime tourism which attracts local and foreign tourists. So that Indonesia is increasingly interested in developing maritime tourism, one of which is maritime tourism in the city of Surabaya, namely Surabaya North Quay. A tour with a beautiful view that can be directly enjoyed from the seaside.

In this study the authors used a qualitative descriptive method. Data collection techniques are obtained from interviews, observation, and documentation. This research was conducted in Surabaya North Quay, using primary data collected by observation and interviews. While secondary data is obtained through literature review, namely books, literature, journals and internet sites that have strong relevance to the object of research. Data analysis techniques using data collection, data reduction, and data presentation.

The purpose of this study was to find out, analyze, and describe the marketing communication strategy carried out by Surabaya North Quay in attracting visitors. The theory used in this research is Integrated Marketing Communication (IMC) theory using six components, namely advertising (advertising), sales promotion, direct marketing (personal marketing), personal selling (personal selling), public relations (public relations) , events and experiences.

This study explains that, the marketing communication strategy undertaken by Surabaya North Quay is less than optimal so it needs to be improved again about the marketing communication strategy by using six components that have been explained by the IMC theory that can be applied. In order to attract more visitors.

Keywords: tourism, marketing communication, IMC

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dan atas karunia yang telah dicurahkan-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata atau (S1) pada fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya pada umumnya.

Skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Surabaya North Quay dalam Menarik Minat Pengunjung”** merupakan karya yang banyak memiliki tantangan dalam proses penyelesaian. Namun berkat bantuan serta motivasi dari berbagai pihak maka Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Khususnya kepada kedua orang tua penulis yang tidak cukup hanya kata terima kasih atas segala doa dukungan baik moral dan materil untuk penulis selama ini. Untuk itu atas segala bantuannya penulis berterima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Endro Tjahjono MM, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med Kom, selaku Kaprodi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. Rachmawati Novaria, MM, selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan juga selaku dosen pembimbing satu dan Afifatur Rohimah, S.AB,M.I.Kom yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan saran dan motivasi serta dengan penuh kesabaran dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Kedua orang tua khususnya ibunya saya yang telah mendoakan dan selalu memberikan motivasi dan dukungan yang tak terbatas untuk mengingatkan agar tidak berputus asa.
6. Teman – teman seperjuangan Rakhma, Elsa, Dhika, Yessi, Tia, Dharani, Nindy, Syahnas, Eko, Dhavis, Jimat, Yono, Tiara dan teman-teman terhebat saya Husni dan Elka yang telah meluangkan waktunya untuk berjuang bersama dan sharing bersama sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
7. Terimakasih kepada Anisa Hikmah Wati teman seperjuangan yang tidak pernah lengah mengingatkan saya dalam hal kebaikan, menasehati dan

memberikan semangat kepada saya sehingga rela berkeliling menemani saya mencari data, pulang malam dari kampus demi sharing bersama pokoknya love you

8. Terimakasih kepada saudara saya Sumiyati dan Indahyati yang selalu mendukung saya, memotivasi dan memberikan doanya agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu
9. Terima kasih kepada Rofiuddin yang telah memberikan kasih sayangnya dan tidak bosan – bosan untuk mengingatkan agar tidak putus asa dan terus bersemangat

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran diharapkan dan semoga ini membawa manfaat bagi berbagai pihak yang terkait.

Surabaya, 25 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Lembar Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahaniii
Halaman Pernyataan.....	.iv
Motto.....	.v
Abstrak.....	.vi
Abstrack.....	.vii
Kata Pengantar.....	.viii
Daftar Isi.....	.x
Daftar Gambar.....	.xii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Critical Review	10
2.3 Landasan Teori	14
2.4 Kajian Teori.....	26
2.5 Kerangka Berpikir	30
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	32

3.2 Lokasi Penelitian	32
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Sumber Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
BAB IV: DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek	36
4.1.1 Sejarah Surabaya North Quay	36
4.1.2 Surabaya North Quay Secara Umum	37
4.1.3 Profil Surabaya North Quay	38
4.1.4 Lokasi Surabaya North Quay	38
4.1.5 Logo Surabaya North Quay	39
4.2 Penyajian Data	39
4.2.1 Profil Informan	39
4.3 Hasil Penelitian	41
4.4 Hasil Observasi.....	52
4.5 Pembahasan	59
BAB V: PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Pengunjung	3
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1.1 Peta Surabaya North Quay	38
Gambar 4.1.2 Logo Surabaya North Quay	39
Gambar 4.2.1 Profil <i>Marketing</i> Surabaya North Quay	39
Gambar 4.2.2 Profil Penjaga Stand Kuliner Surabaya North Quay	40
Gambar 4.2.3 Profil Pengunjung Surabaya North Quay	41
Gambar 4.4.1 Area Tiket Masuk Surabaya North Quay	53
Gambar 4.4.2 Pengunjung di Mini Etalase Budaya	54
Gambar 4.4.3 Stand Kuliner Surabaya North Quay	54
Gambar 4.4.4 Struck Pembayaran Makanan	55
Gambar 4.4.5 Aktivitas Komunitas Musik Saat Perform	56
Gambar 4.4.6 Kawasan <i>Outdoor Space</i>	56
Gambar 4.4.7 Spot Foto	57
Gambar 4.4.8 Spot Foto Pintu Masuk	58
Gambar 4.4.9 Media Instagram yang Digunakan Promosi	58
Gambar 4.4.10 Surabaya North Quay dimuat di Koran Jawa Pos	59
Gambar 4.5.1 Promo Event Surabaya North Quay	61