

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P (*PODUCT*,
PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL
EVIDENCE) DALAM EFEKTIVITAS PELAYANAN
WISATAWAN LOKAL DI MUSEUM BLAMBANGAN**

SKRIPSI



Oleh:

Ike Nuer Rosawati

2110521060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

APRIL 2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P (*PODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE*) DALAM EFEKTIVITAS PELAYANAN WISATAWAN LOKAL DI MUSEUM BLAMBANGAN

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi

OLEH :

IKE NUER ROSAWATI

2110521060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
APRIL 2025**

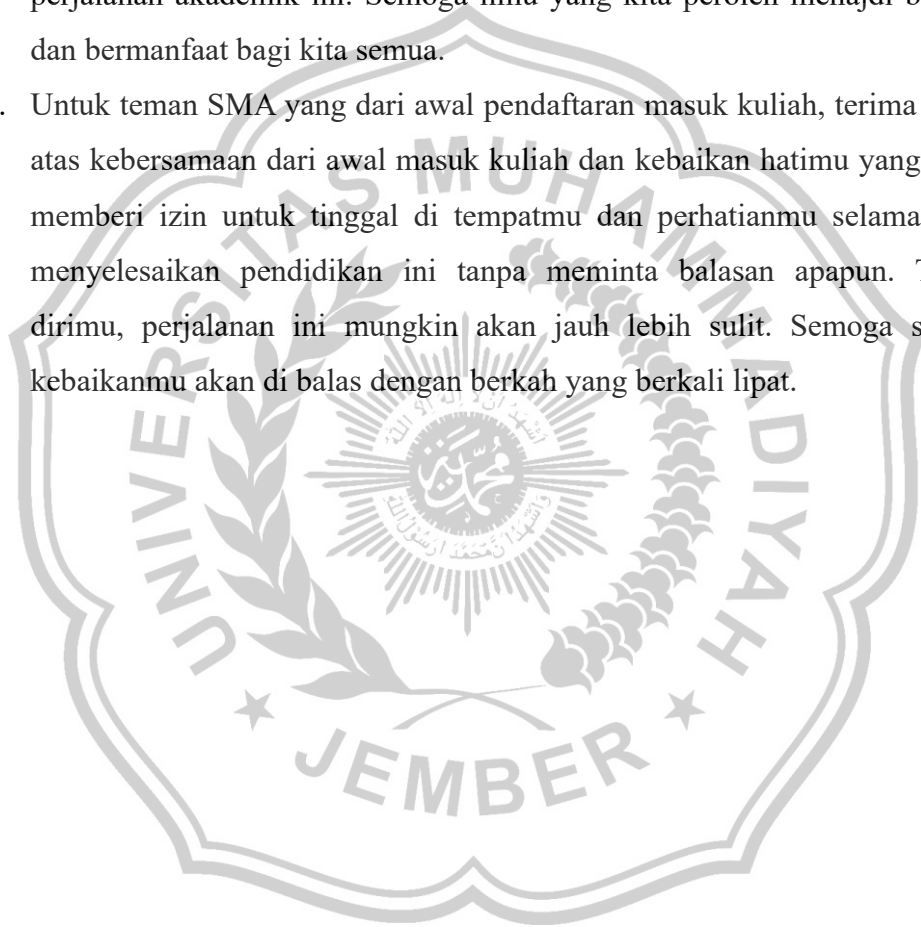


HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan saya kesehatan jasmani dan rohani dan kekuatan kepada diri saya, semua yang terjadi pada diri saya adalah atas kehendak-Mu. Terimakasih Ya Allah SWT engkau telah memberikan kesempatan untuk melewati semua ujian. Dengan ketulusan hati saya hari ini dan penuh terimakasih, saya persembahkan skripsi ini untuk :

1. Untuk kedua orang tercinta, abi dan ami, yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam hidup saya. Doa, kasih sayang, serta dukungan tiada henti yang diberikan menjadi energi terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan perjalanan akademik. tanpa dukungan kalian penulis tidak akan pernah sampai pada titik ini. Kasih sayang yang engkau berikan dan nasihat yang tiada henti membuat penulis mempunyai alasan untuk segera menyelesaikan tugas ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan keikhlasan dalam membimbing saya hingga titik ini,
2. Dosen pembimbing saya, bapak Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom, M.I.Kom, yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan ketulusan membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, saran, dan masukan yang begitu berarti. Bimbingan bapak telah membantu saya untuk memahami dan menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah yang bermanfaat.
3. Para Dosen di Program Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan, yang tidak hanya memperkaya pengetahuan akademik saya dalam menghadapi dunia nyata.
4. Untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan, dan melewati berbagai rintangan selama perjalanan akademik ini. Terima kasih karena sudah tidak menyerah, dan terus berusaha meskipun lelah, dan karena selalu percaya bahwa setiap langkah yang di ambil membawa saya lebih dekat ke impian.

5. Untuk sahabat saya, Adisti Yuliawati terima kasih atas segala dukungan, semangat dan kebersamaan yang telah kita lalui menemani saya dalam melakukan penelitian ini, engkau adalah sosok sahabat yang selalu memberikan motivasi ketika saya merasa lelah, dan mengingatkan saya untuk percaya pada diri sendiri.
6. Teman-teman saya dalam Grup Syariah, terima kasih atas kebersamaan, diskusi, serta ilmu yang kita bagi selama ini. Kalian bukan hanya teman belajar tetapi juga keluarga yang selalu mendukung dalam setiap proses perjalanan akademik ini. Semoga ilmu yang kita peroleh menjadi berkah dan bermanfaat bagi kita semua.
7. Untuk teman SMA yang dari awal pendaftaran masuk kuliah, terima kasih atas kebersamaan dari awal masuk kuliah dan kebaikan hatimu yang telah memberi izin untuk tinggal di tempatmu dan perhatianmu selama saya menyelesaikan pendidikan ini tanpa meminta balasan apapun. Tanpa dirimu, perjalanan ini mungkin akan jauh lebih sulit. Semoga semua kebaikanmu akan di balas dengan berkah yang berkali lipat.



MOTTO

" Menangislah, lalu bangkit dan buatlah dirimu menjadi lebih kuat."

- (Shanks-One Piece) –

"jangan terlalu keras pada ayahmu, dia tidak benar-benar hidup untuk dirinya sendiri."

- (When Life Gives You Tangerine. 2025) –

" Seorang ibu bisa menggantikan semua orang di dunia, tapi tak satupun bisa menggantikan ibu di dunia ini."

- (The Good Bad Mother. 2023) –

" kalau seandainya ada banyak hal dimana kita merasa gagal, sedih pokoknya tidak ada harapan jadi memang itu tujuan allah, tujuan allah itu membuat kita putus asa, supaya kita tau kita lemah, makanya ketika kita tahu kita lemah maka besok nanti setelah kita menang nggak ada yang menepuk dada lu bilang ini karena gue."

- (Ustadz Felix) –

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ike Nuer Rosawati
Nim : 2110521050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*)
Dalam Efektivitas Pelayanan Wisatawan Lokal di Museum Blambangan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan dan pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan skripsi ini hasil plagiat/jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

28 April 2025

Pembuat pernyataan,



Nuer Rosawati

NIM. 2110521060

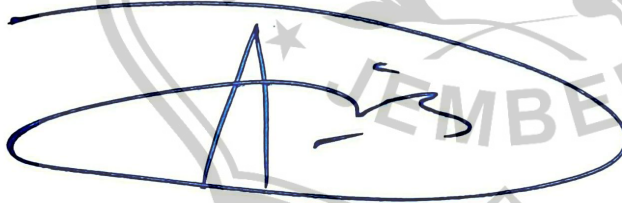
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P**
(*PODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS,*
***PHYSICAL EVIDENCE*) DALAM EFEKTIVITAS PELAYANAN**
WISATAWAN LOKAL DI MUSEUM BLAMBANGAN

Oleh :
Ike Nuer Rosawati
NIM. 2110521060

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diuji oleh tim Penguji

Jember, 28 April 2025
Pembimbing,



Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0709028806

HALAMAN PENGESAHAN

Karya skripsi yang disusun oleh Ike Nuer Rosawati dengan NIM 2110521060 ini telah dipresentasikan dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada tanggal :

Hari : Senin

Tanggal : 28 April 2025

Tempat : Lantai 2 Gedung B Ruang Lab UM Jember

Tim Penguji :

Ketua,



Dr. Juariyah, M.Si.
NIP. 19670806199302002

Sekretaris,



Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0709028806

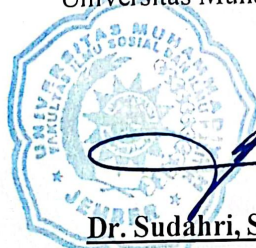
Anggota,



Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.
NIDN. 071304630

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember,



Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0704067901

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ike Nuer Rosawati
NIM : 2110521060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P (*PODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE*) DALAM EFEKTIVITAS PELAYANAN WISATAWAN LOKAL DI MUSEUM BLAMBANGAN.

Dibuat di : Jember
Pada Tanggal : 28 April 2025

Yang Menyatakan,



Ike Nuer Rosawati
NIM. 2110521060

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidaya, dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P (*PODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE*) DALAM EFEKTIVITAS PELAYANAN WISATAWAN LOKAL DI MUSEUM BLAMBANGAN ”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjanah di Program Studi Ilmu komunikasi Jember Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa tidak akan memapu menyelesaikan tanpa bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada ;

1. Bapak Dr. Sudahri, S. Sos., M. I. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Aditya Dimas Pratama, S.I.Kom, M.I.Kom., yang telah membimbing penulis dari awal hingga selesainya tugas akhir ini.
4. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Para informan yang telah membantu penulis untuk mendapatkan dan mengumpulkan data hingga selesainya tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, saya berharap semoga segala ilmu dan pengalaman yang saya peroleh menjadi bekal berharga di masa depan. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan bagi kita semua.

Jember, 28 April 2025

penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1.Strategi Komunikasi Pemasaran	9
2.2.2.Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.3.Teori Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix 7P</i>).....	13
2.2.4.Efektivits Pelayanan.....	15
2.3. Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN	18
3.1. Jenis Penelitian.....	18
3.2. Lokasi & Waktu Penelitian	18
3.3. Data dan Sumber Data	19
3.4. Metode Pengumpulan Data	19
3.4.1.Teknik Wawancara	20

3.4.2. Teknik Dokumentasi	21
3.4.3. Teknik Observasi.....	21
3.5. Teknik Analisis Data	22
BAB IV	24
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1. Gambaran Umum Museum Blambangan.....	24
4.2. Penerapan strategi komunikasi Pemasaran 7P di Museum Blambangan dalam efektivitas pelayanan wisatawan lokal dan internasional.....	27
4.2.1. <i>Product</i>	27
4.2.2. <i>Price</i>	33
4.2.3. <i>Place</i>	35
4.2.4. <i>Promotion</i>	37
4.2.5. <i>People</i>	43
4.2.6. <i>Process</i>	47
4.2.7. <i>Phsyical Evidence</i>	50
4.3. Kendala yang dihadapi Museum Blambangan dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran 7P, terutama terkait dengan Product, Price Place, Promotion, People, Process, Phsyical Evidence.....	54
4.3.1. <i>Product</i>	54
4.3.2. <i>Price</i>	55
4.3.3. <i>Place</i>	56
4.3.4. <i>Promotion</i>	58
4.3.5. <i>People</i>	61
4.3.6. <i>Process</i>	63
4.3.7. <i>Phsyical Evidence</i>	65
BAB V	67
PENUTUP.....	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72
RIWAYAT HIDUP	83

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran.....	16
Bagan 2 Proses Kunjungan.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampak Depan Museum Blambangan.....	27
Gambar 2 tampak dalam Museum.....	29
Gambar 3 Media Instagram Museum.....	37
Gambar 4 Halaman depan	50
Gambar 5 Café Museum dan Pelinggihan.....	51
Gambar 6 TIC (Tourist Information Centre).....	52
Gambar 7 QR code dan Artefak.....	75
Gambar 8 Pelinggihan.....	75
Gambar 9 Festival Tahunan.....	76
Gambar 10 Dokumentasi Wawancara Dengan Kepala Museum.....	76
Gambar 11 Wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran.....	77
Gambar 12 wawancara dengan pengunjung	77
Gambar 13 wawancara dengan pengunjung	78
Gambar 14 Buku Kunjungan sekaligus feedback dari pengunjung	78
Gambar 15 Ijen Geo Park.....	79
Gambar 16 Rumah budaya.....	79