

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS  
PARIWISATA DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK  
WISATA KAWAH WURUNG DI KABUPATEN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**



**OLEH  
ATIKAH AKBAR ARIF  
NIM. 1610521003**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FEBRUARI 2020**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS  
PARIWISATA DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK  
WISATA KAWAH WURUNG DI KABUPATEN  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

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



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FEBRUARI 2020**



## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT serta segala dukungan dan doa dari orang terkasih, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya sampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya skripsi ini dapat dibuat dan diselesaikan pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang merindhoi dan mengabulkan doa-doa hambanya.
2. Ayahanda H Januari dan Ibunda Umi Rufiati, yang telah memberikan dukungan moril dan juga materi serta doa yang selalu dipanjatkan kepada-Nya untuk kesuksesan saya, karena berkat doa dan support yang menghantarkan saya dapat melangkah sejauh ini.
3. Dosen pembimbing, Ir.H.Moh.Thamrin, M.Si yang telah membimbing dengan sabar, yang selalu memberikan cambukan dan solusi untuk saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menghantar saya untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan saya ilmu yang sangat bermanfaat.
5. Trion Audiven, Tirto Belanga, Achmad Faisol, Fajar Junianto, Masruro Ria, Eka Sri dan teman-teman lainnya, yang selalu memberikan semangat dan motifasi serta selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
6. Teman-temanku IK 16, padang squad, sctv serta teman-teman yang tidak bisa ditulis satu persatu yang telah memberikan semangat dan cinta untuk saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih banyak telah menjadi keluarga baru yang memberikan kasih sayang selayaknya saudara.

## MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah”

( HR.Turmudzi )



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atikah Akbar Arif  
NIM : 1610521003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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 aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 2 Maret 2020

Yang membuat pernyataan

Materai 6000



Atikah Akbar Arif

NIM.1610521003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS  
PARIWISATA DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA  
KAWAH WURUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO**

**Oleh:**

**Atikah Akbar Arif**

**NIM 1610521003**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji

Jember, 24 Februari 2020

Pembimbing I

Ir, H.M. Thamrin., M.S.i

NIDN. 0028086102



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Atikah Akbar Arif, NIM: 1610521003 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 2 Maret 2020  
Tempat : Ruang Ujian / Lab. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Jember

### Tim Penguji :

Ketua,



Suyono, S.H., M. Ikom.  
NIDN. 705086503

Sekretaris,



Ir.H. M. Thamrin, M. Si.  
NIDN. 0028086102



Anggota,



Ari Susanti, S.Sos., M. Med. Kom.  
NIDN. 0701047701

Mengetahui:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,  
  
Dr. E. H. Kholidi R., M. Si.  
NIDN. 0025036702



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atikah Akbar Arif  
NIM : 1610521003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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 aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 2 Maret 2020

METERAI  
TEMPEL  
D2AE7AHF335540887  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Atikah Akbar Arif  
NIM.1610521003

pernyataan



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DALAM MENGEMBANGKAN OBJEK WISATA KAWAH WURUNG DI KABUPATEN BONDOWOSO”**

yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Emy Kholifah, R.M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Suyono,SH.,M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Ir, H.M. Thamrin., M.S.i selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Bapak Kepala Bakesbang Kabupaten Bondowoso dan Dinas Pariwisata Kabupaten Bndowoso yang telah memberikan ijin penelitian.
6. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga Allah s.w.t. memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun. Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 24 Februari 2020

Penulis

## ABSTRAK

Akbar, Atikah. 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Kawah Wurung Di Kabupaten Bondowoso*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Ir. H. M. Thamrin, M.Si.

**KataKunci:** *Strategi Komunikasi, Pemasaran, Wisata Kawah Wurung*

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran dinas pariwisata dalam mengembangkan objek wisata kawah wurung. Rumusan masalah skripsi ini adalah: Bagaimana startegi komunikasi pemasaran dinas pariwisata dalam mengembangkan objek wisata kawah wurung. faktor-faktor apa yang mempengaruhi Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam mengembangkan objek wisata Kawah Wurung, bagaimana respon pengunjung terhadap wisata kawah wurung. Teori yang digunakan adalah teori bauran komunikasi pemasaran dan purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Strategi komunikasi pemasaran dinas pariwisata dalam mengembangkan objek wisata kawah wurung menggunakan konsep bauran komunikasi pemasaran. Adapun beberapa elemen tersebut adalah sebagai berikut: promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publikasi, serta penjualan personal, penggunaan media serta keterlibatan duta wisata dapat membantu tugas dan fungsi subbag promosi dan humas memberikan informasi kepada masyarakat terkait objek wisata kawah wurung maupun objek wisata lain yang ada di Bondowoso, adanya keterlibatan komunitas pecinta alam sangat membantu pihak dinas pariwisata dalam proses pengembangan objek wisata kawah wurung utamanya dalam hal promosi yang juga dilakukan oleh komunitas pecinta alam.

## ABSTRACT

Akbar, Atikah. 2020. *Marketing Communication Strategy Of Pariwisata Office In Developing Kawah Wurung Tourism Objects*. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University Jember. Supervisor: Ir. H. M. Thamrin, M.Si.

**Key words:** *Communication Strategy, Marketing, Tourism Kawah Wurung*

This study discusses the marketing communication strategy of the tourism department in developing Kawah Wurung attractions. The formulation of this thesis problem are: How is the marketing communication strategy of the tourism department in developing Kawah Wurung attractions, what factors influence the Bondowoso Regency Government in developing Kawah Wurung attractions, what is the response of visitors to the tourism Kawah Wurung. The theory used is the theory of marketing communication mix and purposive sampling. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results of the study showed that the marketing communication strategy of the tourism department in developing the tourism object of Kawah Wurung uses the concept of marketing communication mix. Some of these elements are as follows: sales promotion, public relations and publications, as well as personal sales, the use of media and the involvement of tourism ambassadors can help the tasks and functions of the promotion and public relations activities to provide information to the public related to Kawah Wurung attractions and tourist attractions others in Bondowoso, the involvement of the nature-loving community is very helpful to the tourism office in the process of developing Kawah Wurung attractions in terms of promotion which is also carried out by the community of nature lovers.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Hipotesis.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	6
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi .....	6
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	9
2.2.2 Perencanaan Komunikasi Pemasaran .....	10
2.3 Tahapan dan Proses Public Relation .....	13
2.4 Strategi Pemasaran .....	15
2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran .....	15
2.4.2 Perencanaan Strategi Pemasaran .....	16

2.5 Pariwisata .....	17
2.5.1 Pengertian Pariwisata .....	17
2.5.2 Pemasaran Pariwisata .....	18
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
2.7 Kerangka Pemikiran .....	21
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
3.3 Sumber Data.....	24
3.3.1 Data Primer .....	25
3.4 Instrumen Penelitian .....	25
3.5 Teknik Penentuan Sumber Data.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6.1 Wawancara .....	26
3.6.2 Observasi .....	27
3.6.3 Dokumentasi .....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
4.1.1 Kabupaten Bondowoso .....	29
4.1.2 Dinas Pariwisata .....	30
4.1.3 Kawah Wurung .....	31
4.2 Sosialisasi Produk, Promosi, dan optimalisasi Fungsi Humas Pemerintah Kabupaten Bondowoso merupakan strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan objek wisata kawah wurung .....	32
4.2.1 Sosialisasi Produk .....	33
4.2.2 Promosi .....	35
4.2.3 Optimalisasi Fungsi Humas .....	37

4.3 Dukungan perencanaan dan pendanaan pemerintah kabupaten Bondowoso, dukungan duta wisata, keterlibatan komunitas pecinta alam merupakan factor yang mempengaruhi Pemerintah dalam mengembangkan Objek wisata Kawah Wurung .....	38
4.3.1 Dukungan Perencanaan dan Pendanaan .....	38
4.3.2 Dukungan Duta Wisata .....	40
4.3.3 Keterlibatan Komunitas Pecinta Alam .....	42
4.4 Keterbatasan sarana , infrastruktur jalan yang kurang memadai, kurangnya dukungan sponsorship, merupakan respon dari pengunjung objek wisata Kawah Wurung .....	43
4.4.1 Keterbatasan Sarana .....	44
4.4.2 Infrastruktur Jalan Yang Kurang Memadai .....	45
4.4.3 Kurangnya Dukungan Sponsorship .....	46
BAB V. PENUTUP .....	47
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	49
DAFTAR LAMPIRAN .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Booklet Objek Wisata Kawah Wurung .....	52
Gambar 4.2	: Brosur Objek Wisata di Kabupaten Bondowoso .....	52
Gambar 4.3	: Sosialisasi Wisata di Kabupaten Bondowoso .....	52
Gambar 4.4	: Majalah Lovely Bondowoso .....	53
Gambar 4.5	: Denah Wisata Kabupaten Bondowoso .....	53
Gambar 4.6	: Buku Panduan Wisata Kabupaten Bondowoso .....	54
Gambar 4.7	: Publikasi Media Sosial .....	54

