

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. UTAMA RAYA
BANYUGLUGUR SITUBONDO DALAM
MEMASARKAN SPBU YANG BERNUANSA WISATA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**

**STRATEGI KOMUNIKASI PT. UTAMA RAYA
BANYUGLUGUR SITUBONDO DALAM
MEMASARKAN SPBU YANG BERNUANSA WISATA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan

Program Sarjana Ilmu Komunikasi

OLEH :

**VONY SURYA
NIM. 1510521011**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2019**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahan untuk :

1. Bapak Suryono dan Ibu kandungku tercinta Tari Sutrisni yang telah mengasuh dengan penuh kasih sayang, do'a yang tidak pernah putus, selalu memberikan semangat, serta pengorbanannya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai perguruan tinggi.
2. Anggota keluargaku Hendrik, Indah, Thohur, Tri Wahyudiyanto, Fina, Sutik, Satram dan sahabat-sahabatku Syarif, Wanda, Indah Wulandari, Roni Efendi, dan Ulfa yang telah mendukung dan mendoakan selama ini.
3. Bapak dan ibu guru pelita ilmu sejak SD sampai Perguruan Tinggi terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran.
4. Teman- teman mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah menjadi teman dan mengajari penulis tentang indahnya kebersamaan, terimakasih atas segalanya yang takkan terlupa.
5. Almamaterku, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember

MOTTO

Filsafat itu kosong jika berdasarkan ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan itu menemukan, dan filsafat itu menafsirkan.

(Albert Einstein)

Orang – orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukai atau tidak.

(Aldus Huxley)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawahini :

Nama : Vony Surya
NIM : 1510521011
Jurusan : 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 pengambilalihan, tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

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

Jember, 12 Juni 2019

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Vony Surya
NIM. 1510521011

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PT. UTAMA RAYA
BANYUGLUGUR SITUBONDO DALAM MEMASARKAN SPBU YANG
BERNUANSA WISATA**

Oleh :

Vony Surya

NIM. 1510521011

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji.

Jember, 18 Juli 2019

Pembimbing I

Drs. Hery B Cahyono, M.Si.

NPK. 02 11 316

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Vony Surya, NIM: 1510521011 ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 31 Juli 2019

Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Emi Kholifah R., M.Si
NPK. 92 08 378

Anggota,

Ir.H.M. Thamrin, M.Si
NIP. 196108281993021001

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,

Dr. Emi Kholifah R., M.Si
NPK. 92 08 378

PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademi Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vony Surya
NIM : 1510521011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Strategi Komunikasi PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo Dalam Memasarkan SPBU Yang Bernuansa Wisata** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Nonekslusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalih mediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember
Jember, 12 Juli 2019
Yang membuat pernyataan

Vony Surya
NIM. 1510521011

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya serta kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"STRATEGI KOMUNIKASI PT. UTAMA RAYA BANYUGLUGUR SITUBONDO DALAM MEMASARKAN SPBU YANG BERNUANSA WISATA"**. Tak lupa pula shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, serta kepada umatnya hingga akhir zaman. Skripsi yang penulis susun ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak menerima bimbingan, saran bantuan, kritik semangat dan perhatian dari berbagai pihak. Penulis sadar tanpa bantuan yang tulus ikhlas dari berbagai pihak tersebut, skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Emi Kholidah R., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Suyono, SH.,M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Drs. Hery B Cahyono, M.Si, selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktunya di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Hakim Balafif selaku pengelola PT.Utama Raya yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
6. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 12 Juli 2019

Vony Surya
NIM. 1510521011

ABSTRAK

Surya Vony. 2019. *Strategi Komunikasi PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo Dalam Memasarkan SPBU Yang Bernuansa Wisata.* Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Drs. Hery B Cahyono, M.Si

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Memasarkan, Bernuansa Wisata

PT. Utama Raya dapat dikatakan sebagai model pariwisata yang cukup unik dan dapat dikategorikan sebagai tujuan wisata baru, yaitu berada di Banyuglugur Kabupaten Situbondo. Penelitian ini dilakukan menggunakan tipe deskriptif kualitatif. Fokus penelitian yaitu mengungkapkan/ memaparkan data yang telah diperoleh peneliti yang berkaitan dengan strategi komunikasi PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo dalam memasarkan SPBU yang bernuansa wisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dan faktor pendukung, penghambat PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo dalam memasarkan SPBU yang bernuansa wisata. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah PT. Utama Raya dalam memasarkan SPBU yaitu dengan cara menganalisis situasi mengidentifikasi khalayak sasaran yaitu diperlukan analisis segmentasi pasar, penentuan target sasaran, menentukan tujuan komunikasi pemasaran, menetapkan anggaran komunikasi pemasaran dan pengembangan program komunikasi pemasaran. Adapun beberapa faktor pendukung dalam memasarkan area, diantaranya adanya kemajuan dalam teknologi juga dapat mempengaruhi semakin mudahnya perusahaan mengelola sistemnya dengan menggunakan peralatan yang berteknologi modern. Sedangkan beberapa faktor penghambat PT.Utama Raya adalah biaya adanya hal-hal negatif yang berkaitan dengan PT.Utama Raya, kurangnya kerjasama yang kuat sehingga dibutuhkan kekompakan dalam area pembangunan waktu itu.

ABSTRACT

Surya Vony. 2019. Communication Strategy of PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo in marketing tourist-friendly gas stations. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah Jember University. Advisor: Drs. Hery B Cahyono, M.Sc.

Keywords: Strategy for Communication, Marketing, Tourism Nuance

PT. Utama Raya can be regarded as a tourism model that is quite unique and can be categorized as a new tourist destination, which is located in Banyuglugur, Situbondo Regency. This study was conducted using a qualitative descriptive type. The focus of the research is to disclose / expose data that has been obtained by researchers related to the communication strategy of PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo in marketing gas stations with tourist nuances. The purpose of this study was to determine the communication strategy and supporting factors, the inhibitors of PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo in marketing gas stations with tourist nuances. The conclusion of this study is PT. Utama Raya in marketing gas stations, namely by analyzing the situation identifying the target audience that is needed analysis of market segmentation, determining target targets, determining the objectives of marketing communications, establishing marketing communications budgets and developing marketing communication programs. As for a number of supporting factors in marketing the area, including advances in technology can also affect the easier the company manages its system using modern technology equipment. While some of the inhibiting factors of PT. Raya Raya are the costs of negative matters relating to PT. Raya Raya, the lack of strong cooperation so that cohesiveness is needed in the construction area at that time.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS TULISAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Strategi Komunikasi	8
2.1.1 Pengertian Strategi.....	10
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.2 Pemasaran.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu	14
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	21
2.3 Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU)	25
2.4 Pengertian Wisata.....	25
2.5 Kerangka Berpikir	26
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	28

3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Fokus Penelitian	29
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.4 Data dan Sumber Data.....	30
3.5 Teknik Penetuan Informan	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6.1 Metode Observasi.....	32
3.6.2 Metode Wawancara (Interview).....	32
3.6.3 Metode Dokumentasi	33
3.6.4 Studi Kepustakaan.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.8 Pengecekan Keabsahan Data.....	36
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 PT. Utama Raya Banyuglugur.....	39
4.1.2 Tujuan PT. Utama Raya	39
4.1.3 Struktur Organisasi SPBU PT. Utama Raya	40
4.1.4 Identifikasi Informan	40
4.2 Pembahasan	40
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	40
4.2.2 Faktor pendukung dan penghambat PT. Utama Raya Banyuglugur Situbondo dalam memasarkan SPBU yang Bernuansa Wisata.....	48
BAB 5. PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen pemasaran: Analisis untuk perancangan strategi pemasaran.* Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Alo liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.* Jakarta : Prenada Media Group,
- Cannon, Joseph P. 2008. *Pemasaran dasar: pendekatan manajerial global basic marketing: a global managerial approach.* Jakarta: Salemba.
- Djaslim, Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran.* Bandung: Linda Karya.
- Efendy, Onong Uchjana. 2011. *Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi 1. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Gonring, Matthew. 2010. *Putting Integrted Marketing Communication to Work Today. Fall, Public Relations Quartely.*
- Kasali, Rhenald. 2012. *Manajemen Periklanan.* Jakarta: PT Grafiti.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 2.* Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Metode Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia.* Yogyakarta: Andi.
- Siswanto dan Kleinstuber, Freitz. 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran.* Jakarata: Damar Melia Pustaka.

- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Karya.
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

