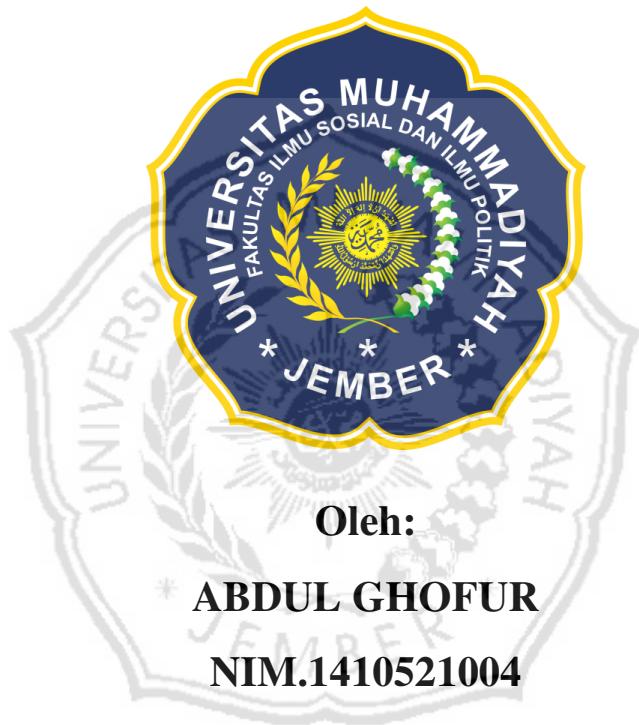


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN
LAMONGAN DALAM MENGEMBANGKAN
PARIWISATA *INDONESIAN ISLAMIC ART MUSEUM***

SKRIPSI



Oleh:

ABDUL GHOFUR

NIM.1410521004

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN
LAMONGAN DALAM MENGEMBANGKAN
PARIWISATA *INDONESIAN ISLAMIC ART*
*MUSEUM***

SKRIPSI



OLEH
ABDUL GHOFUR
NIM. 1410521004

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018**

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. 2001. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ardianto, Soemirat Soleh. 2010. Dasar – Dasar Public Relation. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Deddy Mulyana, 2005, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. Dinamika Komunikasi.Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- _____, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek.Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Haerah, Kahar. 2015. *Materi kuliah ; Metodologi Penelitian Sosial*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Moleong, L. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriarty, Sandra. 2011. Adverising. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soekadijo, R.G. 1997. Anatomi Pariwisata. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti, Oka A. 1985. Pemasaran Pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Yulianita, Neni. 2001. Komunikasi Pemasaran. Surabaya: Program Pascasarjana Universitas Dr. Soetomo.
- Fadhlulloh, Muhammad H. 2014. Strategi Dinas Kebudayan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Untuk Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran. Skripsi Ilmu Komunikasi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

<https://suaralamongan.wordpress.com/profil-lamongan>(diakses pada tanggal 12 Desember 2017)

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Lamongan(diakses pada tanggal 12 Desember 2017)

<http://catatankomunikasi.blogspot.co.id/2013/07/4-tahapan-dalam-proses-public-relations.html> (diakses pada tanggal 22 Maret 2018)

<https://travelingyuk.com/indonesian-islamic-art-museum/95930/> (diakses pada tanggal 11 April 2018)

https://www.kompasiana.com/faridatoma/indonesian-islamic-art-museum-religi-paling-keren-di-nusantara_58d36d14b07a61260cf3063f (diakses pada tanggal 14 April 2018)

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Lamongan (diakses pada tanggal 14 April 2018)



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Abdul Ghofur, NIM: 1410521004 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 11 Juli 2018

Tempat : Ruang Ujian / Lab. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Hery B. Cahyono, M.Si.
NIDN. 0713046301

Dr. Juariyah,M.S.i
NIDN. 0006086701

Anggota,

Suyono, SH.,M.I.Kom
NIDN. 0705086503

Mengetahui:
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember
Dekan,

Dr. Emy Kholifah R., M.Si.
NIDN.07250036702

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 DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN LAMONGAN DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA INDONESIAN ISLAMIC ART MUSEUM ”yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tiada manusia yang sempurna di dunia ini karena itu pasti mempunyai kekurangan-kekurangan. Penulis tak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggaan bagi penulis apabila ada kritik maupun saran-saran yang baik merupakan bekal untuk melangkah kejalan yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang 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. Dr. Juariyah,M.Si 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. Kepala Bakesbangpol Kabupaten Lamongan 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, 5 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO	iii
HALAMAN PERSEMAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERNYATAAN ORSINALITAS TULISAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	5
2.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	5
2.2 Komunikasi Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	9
2.2.2 Perencanaan Komunikasi Pemasaran	10
2.3 Tahapan Proses Strategi Public Relation	14
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	19
2.5.3 Dampak Pariwisata	20
2.6 Indonesian Islamic Art Museum	22
2.7 Kerangka Pemikiran.....	23
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sasaran dan Lokasi Penelitian	26
3.3 Sumber Data	26
3.4 Teknik Penentuan Sumber Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisa Data	30
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Kabupaten Lamongan	32
4.1.2 Dinas Pariwissata dan Kebudayaan	33
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.....	34
4.2.2 Kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	45
4.2.3 Tanggapan Pengunjung Terhadap Indonesian Islamic Art Museum	47
 BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	55
BIOGRAFI PENULIS	56
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran A. Daftar Nama Informan

A.1 Daftar Nama Informan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

A.2 Daftar Nama Informan Pengunjung

2. Lampiran B. Bagan Struktur Organisasi Disparbud Kabupaten Lamongan

3. Lampiran C. Panduan Wawancara

4. Lampiran D. Wawancara Dengan Pegawai Disparbud

5. Lampiran E. Wawancara Dengan Pengunjung Wisata Indonesian Islamic Art Museum

6. Lampiran F. Juara 1 Kegiatan Event Mojopahit Travel Fair Di Grand City Surabaya

7. Lampiran G. Foto Pariwisata Indonesian Islamic Art Museum