

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI
DUTA WISATA KEBUN KURMA KECAMATAN SUKOREJO
KABUPATEN PASURUAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH WISATAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

(S1)



Oleh :

**NOER INDAH SUROYAH
NIM 2014.69.09.90004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI
DUTA WISATA KEBUN KURMA KECAMATAN SUKOREJO
KABUPATEN PASURUAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH WISATAWAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

(S1)



Oleh :

**NOER INDAH SUROYAH
NIM 2014.69.09.90004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Strategi Komunkasi Pemasaran Duta Wisata Kebun
Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan Dalam
Meningkatkan Jumlah Wisatawan

Disusun Oleh : Noer Indah Suroyah

NIM : 2014.69.09.0004

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Jurnalistik

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan


di depan tim penguji

Pasuruan, 31 Juli 2018

Menyetujui

Kaprodi,

Zainul Ahwan, S.Sos., M.Ikom
NIK.069110945

Pembimbing,

Heri Sunarno, S.Sos., M.Si
NIK.0691203050

TANDA PENGESAHAN

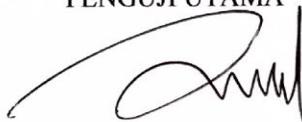
TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA :

HARI : SABTU
TANGGAL : 11 AGUSTUS 2018
JAM : 12.00 WIB
JUDUL : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI
DUTA WISATA KEBUN KURMA KECAMATAN
SUKOREJO KABUPATEN PASURUAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN

DINYATAKAN LULUS

Majelis Penguji,

PENGUJI UTAMA



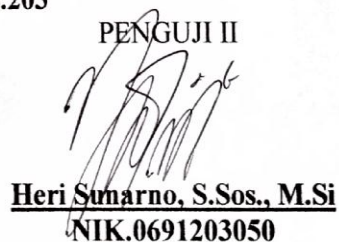
M.Daimul Abror, S.IP.,M.Si
NIK.072.00.88.203

PENGUJI I



Zainul Akhwan, S.Sos., M.I.Kom
NIK.0691109045

PENGUJI II



Heri Sumarno, S.Sos., M.Si
NIK.0691203050

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Any Urwatul Wusko, S.Sos.,M.AB
NIK.0691103037

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku Bapak Ghufron dan Ibu Julaiha, serta untuk orang-orang yang senantiasa memberi dukungan dalam segala hal apapun”

MOTTO

**“BEAUTY IS NOTHING
WITHOUT BRAIN”**

**(CANTIK ITU TIDAK
BERARTI TANPA OTAK)**

ABSTRAK

Noer Indah Suroyah, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan, 6 Agustus 2018. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan. Skripsi. Pembimbing Heri Sunarno, S.Sos.,M.Si

Di Kabupaten Pasuruan yang sudah mempunyai berbagai macam potensi wisata, tentunya banyak wisata yang ditawarkan seperti halnya Duta Wisata Kebun Kurma. Wisata yang tepat berada di kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan ini menjadi satu satunya yang memiliki potensi yang sulit di percaya di Indonesia karena pohon kurma yang kebanyakan tumbuh di daerah Timur Tengah kini juga bisa tumbuh di daerah Kabupaten Pasuruan. Strategi komunikasi pemasaran di gunakan karena persaingan tempat wisata untuk menarik pengunjung salah satunya adalah tempat foto atau tempat untuk berswafoto. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui perencanaan strategi komunikasi pemasaran di Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan. 2) Mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman (2012). Hasil penelitian menunjukkan, 1) *Above The Line*, wisata kebun kurma memanfaatkan media cetak Brosur, Koran, dan Majalah. Sedangkan untuk Media Elektronik memanfaatkan Televisi dan Radio. serta Billboard. 2) *Bellow The Line*, Wisata Kebun Kurma melaksanakan berbagai kegiatan seperti: Event, Seminar, Panggung Hiburan dan Sampling produk, *Point Of Sale Materials*. 3) *Through The Line*, brosur Wisata Kebun Kurma menyertakan alamat akun sosial media seperti Facebook, Instagram, email, serta nomor telepon.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Wisata Kebun Kurma

ABSTRACT

Noer Indah Suroyah, Communication Studies University Yudharta Pasuruan, August 6, 2018. Analysis of Marketing Communication Strategies Kebun Kurma tourism place of Pasuruan District Sukorejo in Increasing the number of tourists. Essay. Supervisor Heri Sunarno, S. Sos., M.Si

In Pasuruan which already has a wide range of tourist potential, of course, many tours are offered as well as Tourism Ambassador Dates Gardens. Proper tour in the district of Pasuruan Sukorejo this being the only one who has the potential difficult in believing in Indonesia for palm trees are mostly grown in the Middle East region is now also able to grow in the area of Pasuruan. Marketing communications strategy in use for the competition sites to attract visitors one of which is a photo or a place to berswafoto. This study aims to 1) Determine the strategic planning of marketing communications at Kebun Kurma tourism place of Pasuruan District Sukorejo in increasing the number of tourists. 2) Determine the implementation of marketing communication strategy in Kebun Kurma tourism place of Pasuruan District Sukorejo in increasing the number of tourists. The approach taken in this research is descriptive qualitative approach. Data collection techniques used were observation, interview and documentation. Analysis of the data used is the model of Miles and Huberman (2012). The results showed, 1) Above The Line, Kebun Kurma tourism place brochure utilize print media, newspapers, and magazines. As for the Electronic Media Television and Radio harness. and Billboard. 2) Below The Line, Kebun Kurma tourism place carry out various activities such as: Events, Seminars, Stage Entertainment and sampling products, Point Of Sale Materials. 3) Through The Line, brochure Kebun Kurma tourism place of include the address of your social media accounts such as Facebook,

Keywords: Strategic Marketing Communications, Kebun Kurma tourism place

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, sahabatnya, hingga kepada umatnya sampai akhir zaman, amin.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan. Judul yang penulis ajukan adalah “Analisis strategi komunikasi pemasaran Duta Wisata Kebun Kurma Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan jumlah wisatawan”.

Akhirnya setelah melalui perjalanan yang panjang, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berkat bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang terhormat kepada:

1. Bapak Saya, Ghufron dan Ibu Saya, Julaiha yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan serta do'a kepada anak-anaknya tanpa berharap imbalan apapun dan sekaligus menjadi penyemangat dalam hidup saya.
2. Romo K.H Sholeh Bahrudin, selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah dan Yayasan Darut Taqwa.
3. Dr. Saifullah, M.HI, selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Any Urwatul W., S.Sos., M.AB, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Zainul Ahwan., S.Sos, M.I.Kom, selaku KaProdi Ilmu Komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan.
6. Heri Sunarno., S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sudah banyak meluangkan waktunya, dengan sabar mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Faris.,S.Sos, M.Med.Kom, selaku Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar saya, terima kasih atas dukungan dan do'a yang selalu diberikan kepada penulis sampai menuju kesuksesan seperti saat ini.
9. Kakak saya Siti Nafisah dan Witono, terima kasih sudah memberikan semangat dalam perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi yang luar biasa istimewa angkatan 2014, Abbas, Muslim, Iyon, Dayat, Rohman, Juned, Syauqi, Jila, Jija, Riya, Silvi, Dyah, Childa, Ija, yang selama ini selalu memberikan dukungan dan motivasi, yang selama ini selalu berbagi suka maupun duka dan berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
11. Kepada teman-teman MA Ma'arif Sukorejo khususnya IPA 2 yang saling memberi semangat dan motivasi.
12. Kepada kelompok KKN 10 yang juga saling memberi semangat dan motivasi.

13. Kepada Fitrotul Afifah terimakasih telah membantu penulis dalam memperjuangkan skripsi.
14. Kepada senior terhebat yang sudah memberikan dukungan dan motivasi teromantis selama ini yang sudah berhasil membuat penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
15. Teman-teman HIMAKOM, terima kasih atas do'a dan dukungannya.
16. Dan Terimakasih kepada Moh. Azharus Syarif telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Atas dasar ini menunjukkan bahwa manusia dihiasi dengan sifat kekurangan, semoga kekurangan dalam skripsi ini Allah SWT sempurnakan pada skripsi sarjana masa depan. Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya semoga dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua

Pasuruan, 08 Agustus 2018

Penulis

Noer Indah Suroyah

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noer Indah Suroyah

NIM : 2014.69.09.0004

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 08 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
C21C0ADF941900858
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Noer Indah Suroyah

2014.69.09.0004

DAFTAR ISI

Sampul Depan.....	
Sampul Dalam.....	
Tanda Persetujuan Skripsi.....	i
Lembar Persembahan.....	ii
Motto.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstrac.....	v
Kata Pengantar.....	vii
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teoritik.....	10
2.2.1 Strategi.....	10
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.3 Iklan.....	18
2.2.3.2 Iklan Bellow Theline dan Iklan Above Theline.....	18
2.2.3.2 Iklan Through The line.....	19
2.2.4 Fotografi.....	20
2.2.5 Pengertian Pariwisata.....	25
2.2.6 Duta Wisata Kebun Kurma.....	29
2.2.7 Pengertian Wisatawan.....	30
2.2.8 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33

3.2	Fokus Penelitian	34
3.3	Lokasi Penelitian	34
3.4	Unit Analisis.....	34
3.5	Informan Penelitian	35
3.7	Jenis dan Sumber Data	37
3.8	Teknik Analisis Data	38
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	HASIL PENELITIAN.....	41
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	41
4.1.2	Paparan data hasil penelitian.....	50
4.2	HASIL PENELITIAN	64
4.2.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran di Wisata Kebun Kurma dalam meningkatkan Jumlah Wisatawan.....	64
4.2.2	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran di Wisata Kebun Kurma dalam meningkatkan Jumlah Wisatawan.....	64
4.3	Peningkatan Jumlah Wisatawan.....	75
BAB V		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	KESIMPULAN	75
5.2	SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
4.1	Jumlah Wisatawan Kebun Kurma	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
2.1	: Konsp Strategi	11
2.2	: Kerangka Pemikiran	32
4.1	: Peta Lokasi Kebun Kurma	47
4.2	: Tata Letak Pertanian Wisata Kebun Kurma	48
4.3	: Struktur Organisasi Wisata Kebun Kurma	49
4.8	: Pamflet Pameran Fotografi Di Wisata Kebun Kurm	61
4.9	: Pamflet Gunungan Kurma	63
4.10	: Indonesia Morning Show Net TV di Wisata Kebun Kurma	71
4.11	: Laptop Si Unyil Trans 7 di Wisata Kebun Kurma	71
4.12	: Acara Televisi Indosiar di Wisata Kebun Kurma	71
4.13	: Officialtrans7 di Wisata Kebun Kurma	71