



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI PERENCANAAN KOMUNIKASI
PEMASARAN TERPADU PARIWISATA DINAS
PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA
KABUPATEN BANGKA DALAM MENARIK MINAT
WISATAWAN**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Merlian Dea Gisela

13140110348

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangka dalam Menarik Minat Wisatawan ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, dalam penulisan skripsi ini, saya bersedia menerima konsekuensi yang diberikan oleh kampus bahwa saya TIDAK LULUS dalam mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Februari 2018


(Merlian Dea Gisela)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul


“Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Dinas
Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka dalam Menarik Minat Wisatawan”

Oleh

Merlian Dea Gisela

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 06 Februari 2018, pukul 10.00 s.d 11.30
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si

Penguji Ahli



Wildan Hakim, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing



Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A.

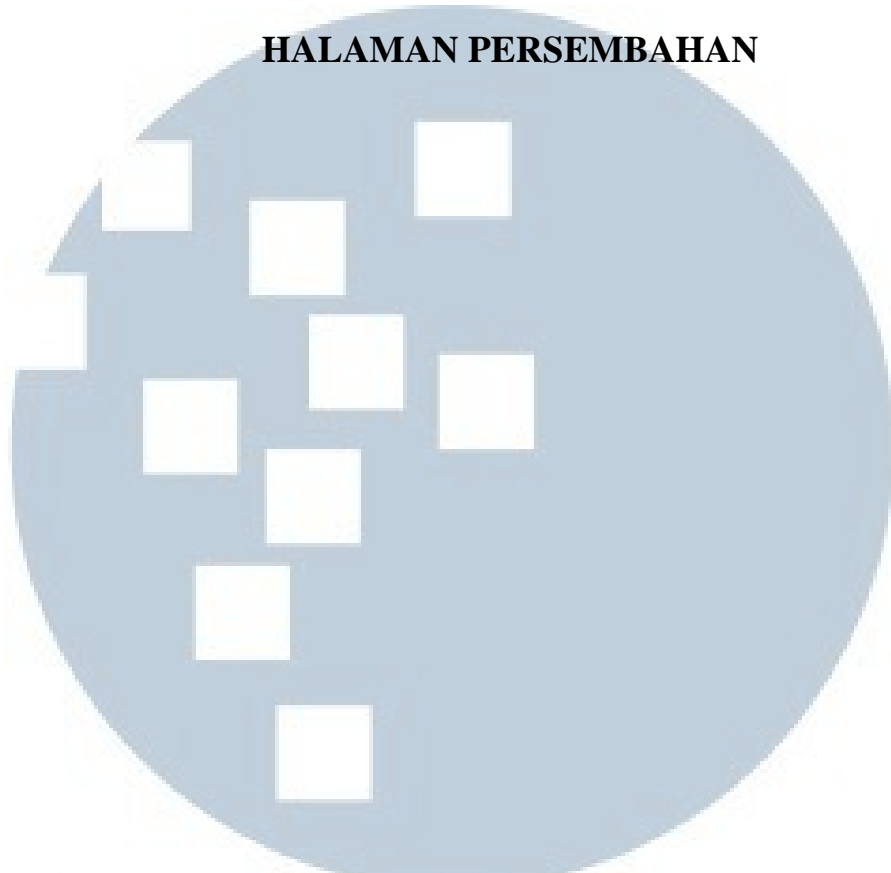
Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



F.N. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN



Allahumma laa sahla illa maa ja'altahu sahlana wa anta taj'alul hazna idzaa syi'ta sahlana.

Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali apa yang Engkau jadikan mudah. Sedang yang susah bisa Engkau jadikan mudah, apabila Engkau menghendakinya.

Ku persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua Orang tua yang aku cintai

Adik-adikku

Keluarga Besarku

Orang-orang yang memotivasiku

Almamaterku

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

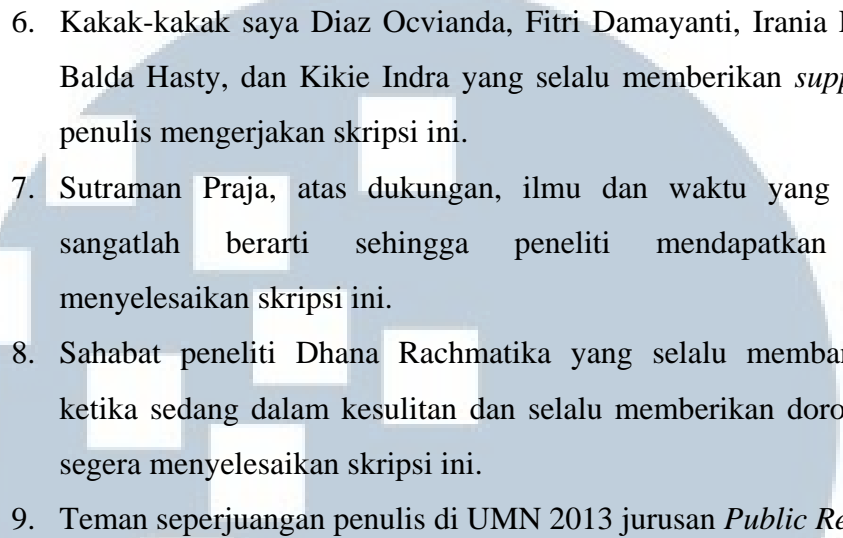
KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai pada waktunya dengan hasil yang maksimal. Skripsi penulis dengan judul “Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangka dalam Menarik Minat Wisatawan”.

Sebagai mahasiswa tingkat akhir, skripsi merupakan kegiatan yang harus ditempuh sebagai persyaratan akademik. Melalui kegiatan perkuliahan seperti ini, penulis mendapatkan pengalaman dan pelajaran berharga.

Skripsi ini tidak akan hadir jika tidak ada dukungan kerabat-kerabat atau pihak yang rela meluangkan waktu, nasihat dan sarana berharga mereka. Ucapan terima kasih saya ucapkan untuk:

1. Cheryl P. Bensa, M.A. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan juga masukan yang berarti selama proses pengerjaan skripsi dan selalu sabar untuk menuntun saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. F.N.Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangka atas ilmu dan informasi yang telah diberikan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua orang tua peneliti, atas kasih sayang yang telah diberikan kepada peneliti dan selalu menguatkan peneliti di segala kondisi. Yang selalu memberikan dukungan serta saran dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Kedua adik peneliti Farrasah Athalia dan Zulian Imam Dwiyoga, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan hiburan kepada peneliti ketika saya senang ataupun sedih.

- 
6. Kakak-kakak saya Diaz Ocvianda, Fitri Damayanti, Irania Ramadhani, Balda Hasty, dan Kikie Indra yang selalu memberikan *support* selama penulis mengerjakan skripsi ini.
 7. Sutraman Praja, atas dukungan, ilmu dan waktu yang diluangkan sangatlah berarti sehingga peneliti mendapatkan semangat menyelesaikan skripsi ini.
 8. Sahabat peneliti Dhana Rachmatika yang selalu membantu penulis ketika sedang dalam kesulitan dan selalu memberikan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
 9. Teman seperjuangan penulis di UMN 2013 jurusan *Public Relations*.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca, khususnya peminatan di bidang Komunikasi Pariwisata. Terima kasih.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PARIWISATA DINAS PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA BANGKA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN

ABSTRAK

Oleh: Merlian Dea Gisela

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka merupakan sebuah institusi pemerintahan yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap segala hal terkait kebudayaan dan kepariwisataan di wilayah Bangka. Dalam melakukan kegiatan komunikasinya untuk menarik minat wisatawan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka tentunya menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam memasarkan pariwisatanya. Oleh, karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa strategi perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka dalam memasarkan pariwisatanya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, studi dokumen dan kepustakaan. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bangka dan beberapa tempat seperti tempat wisata dan lain-lain. Data primer dikumpulkan dengan wawancara. Sementara data sekunder di dapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku-buku dan literatur yang memiliki relevansi kuat dengan objek penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi perencanaan komunikasi pemasaran terpadu pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka sudah dilaksanakan dengan baik dan berhasil dalam menarik minat wisatawan, ini terbukti dari jumlah wisatawan yang meningkat dari tahun ke tahun. Namun, dari sekian banyak kanal komunikasi, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka belum menggunakan semua kanal dengan optimal.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pariwisata, Komunikasi Pariwisata, Bangka

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PLANNING STRATEGY OF TOURISM DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA BANGKA IN ATTRACTING TOURIST

ABSTRACT

By: Merlian Dea Gisela

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka is a government institution who responsible for all matters related to culture and tourism in the region of Bangka. In conducting communication activities to attract tourists, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka use integrated marketing communication strategy in tourism marketing. Therefore, this study aims to find out what kind of integrated marketing communication planning strategy undertaken by the Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka in tourism marketing.

This study used descriptive qualitative method. Data collection techniques with interviews, document studies and literature. This research was conducted at the Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka Office and several places such as tourist attractions and others. Primary data were collected by interview. While the secondary data obtained through literature review of books and literature that have strong relevance to the object of research.

The results of this study indicate that integrated marketing communications marketing planning strategy implemented by the Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka has been implemented well and successfully in attracting tourists, this is evident from the number of tourists who increased from year to year. However, of the many communication channels, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Bangka has not used all channels with optimal.

Keywords: Integrated Marketing Communications, Tourism, Tourism Communication, Bangka

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8

BAB II KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan	17
2.2.1 Komunikasi.....	17

2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	27
2.2.3.1 Promotional Mix Sebagai Tools Untuk IMC.....	33
2.2.3.2 Integrated Marketing Communication Planning Model.....	40
2.2.4 Komunikasi Pariwisata.....	47
2.2.4.1 Brand Destinasi.....	57
2.3 Kerangka Pemikiran.....	59
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	60
3.2 Paradigma Penelitian.....	62
3.3 Metode Penelitian.....	63
3.4 Key Informan dan Informan.....	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6 Keabsahan Data.....	69
3.7 Teknik Analisis Data.....	70
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	71
4.2 Hasil Penelitian.....	77
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu DISPARPORA Bangka dalam Model Perencanaan Belch&Belch.....	81
4.3.2 Komunikasi Pariwisata DISPARPORA Bangka.....	109
4.3.3 Strategi Perencanaan Komunikasi	



Pemasaran Pariwisata DISPARPORA Bangka dalam Menarik Minat Wisatawan.....	135
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	140
5.2 Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	145

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2 Komponen dan Elemen Pariwisata	51
Tabel 4.1 Data Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Lokal 2015	72
Tabel 4.2 Data Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Lokal 2016	73
Tabel 4.3 Data Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Lokal 2017	74
Tabel 4.4 Daftar Objek Wisata yang Ada di Bangka	111
Tabel 4.5 Komponen dan Elemen Pariwisata	116

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 IMC Planning Process Belch & Belch	41
Bagan 4.1 IMC Planning Process Belch & Belch	82
Bagan 4.2 Keterkaitan IMC Planning dan Komunikasi Pariwisata	132

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penyumbang Sektor Pariwisata.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Lokal....	3
Gambar 4.1 Promosi Resort di Bangka	98
Gambar 4.2 Website Sungailiat Triathlon	100
Gambar 4.3 Laman Promosi Pariwisata	101
Gambar 4.4 Visitors Sungailiat Triathlon	102
Gambar 4.5 Travel Agent Promosi	120
Gambar 4.6 Artikel KEK Sungailiat	122
Gambar 4.7 Bandara Depati Amir Pangkal Pinang Bangka	123
Gambar 4.8 Pool Taxi di Bandara Depati Amir	124
Gambar 4.9 Website Travel Agent	125
Gambar 4.10 Map yang Tersedia di Bandara	126
Gambar 4.11 Tradisi Ceng Beng dan Perang Ketupat di Bangka.....	127
Gambar 4.12 Resort yang Ada di Bangka	128
Gambar 4.13 Toko Oleh-oleh dan Souvenir	129
Gambar 4.14 Artikel Pemilihan Bujang Miak Bangka	131

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A