

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA
PANTAI TONGACI DI SUNGAILIAT BANGKA BELITUNG**



SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Darma Palembang**

Oleh :

Adinda Fatimah

161910002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2020**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL :

Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Tongaci

Di Sungailiat Bangka Belitung

Disusun Oleh:

ADINDA FATIMAH



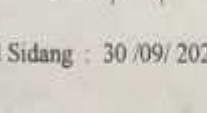
Telah dipertahankan di hadapan panitia ujian skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada 30 September 2020. Guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom. dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

Panitia Penguji Skripsi

Ketua : Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.

Penguji 1 : Rahma Santhi Zinaida, S.Si.,M.I.Kom.

Penguji 2 : Dwi Maharani, M.I.Kom

(
(
(

Tanggal Sidang : 30 /09/ 2020

Disahkan oleh,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Bina Darma


Universitas Bina Darma
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom.)

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

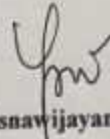
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan pada ujian skripsi pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma.

Nama : **Adinda Fatimah**
NIM : 161910002
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Tongaci
Di Sungailiat Bangka Belitung

Palembang, 30 September 2020

Menyetujui:

Dosen Pembimbing



(Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Studi Ilmu Komunikasi



Universitas Bina Darma

(Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adinda Fatimah

Nim : 161910002

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan negeri tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi kan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasil kan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggahke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undagnan yang berlaku.

Palembang, 30 September2020

Yang membuat pernyataan



Adinda Fatimah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

*Tak selalu langit itu kelam, suatu saat kan cerah juga
Hiduplah dengan sejuta harapan, habis gelap terbitlah
terang.*

Persembahan

Ku persembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ Orang tua yang selalu memberi support dan mendo'akan.
- ❖ Saudara-saudaraku. Valasa Feby dan Tiara Sisy
- ❖ Tri Buana, Cindie Sya'bania Feroza, serta teman-teman Angkatan 2016.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Tongaci Di Sungailiat Bangka Belitung. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif observasi, wawancara, studi literatur dan studi dokumentasi. Subjek pada penelitian ini terdiri dari daya tarik wisatawan dengan menggunakan teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* dalam bidang komunikasi pemasaran pariwisata oleh Bungin (2015) sebagai landasan teori dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Tongaci Di Sungailiat Bangka Belitung. Penelitian ini merupakan penelitian tentang analisis strategi komunikasi dalam mempromosikan obyek pariwisata. bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pariwisata Pantai Tongaci. Pantai ini menjadi pantai yang paling diminati oleh wisatawan. Upaya untuk mempromosikan Pantai Tongaci memerlukan dukungan dan kerjasama yang aktif antar pemilik, pengelola dan masyarakat untuk mengoptimalkan penggunaan media promosi. Bungin mengemukakan komunikasi pemasaran pariwisata memiliki beberapa konsep. Peneliti memilih konsep *Integrated Marketing Communication (IMC)*. Teori IMC mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan *Communication Mix, Marketing Mix*, dan hal ihwal tentang IMC. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan IMC dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap.

Kata kunci : promosi, pariwisata, sungailiat

ABSTRACT

The purpose of this research is to see the Communication Strategy of the Tongaci Beach Tourism in Sungailiat Bangka Belitung. This research method is qualitative with the approach of observation, interviews, literature study and documentation. The research subjects consisted of tourist attraction using the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) in the field of tourism marketing communication by Bungin (2015) as the theoretical basis of the research entitled Tongaci Beach Communication Strategy in Sungailiat Bangka Belitung. This research is a research on the analysis of communication strategies in tourism objects. aims to see how the Tongaci Beach tourism marketing communication strategy. This beach is the most popular beach for tourists. Efforts to develop Tongaci Beach support active support and cooperation between owners, managers and the community to optimize the use of promotional media. Bungin suggested tourism marketing communication with several concepts. Researchers chose the concept of Integrated Marketing Communication (IMC). IMC theory examines the whole in the context of marketing communications. This field of study describes the Communication Mix, Marketing Mix, and matters concerning IMC. This field is a field that thoroughly discusses IMC in a complete theoretical and practical context.

Keywords: promotion, tourism, sungailiat

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan, sehingga penulis dapat memenuhi syarat mengajukan Skripsi Program Strata Satu (S1) dengan judul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Tongaci Di Sungailiat Bangka Belitung”** Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata I Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada orang tua, Ayah Bambang Irawam dan Ibu Muntiana yang selalu menjaga, mendoakan, memberi nasehat, semangat serta dukungan moral dan materi. Sungguh tiada kata yang bisa menggambarkan betapa berharganya kedua orang tua bagi penulis. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Sunda Ariana, M.Pd, M.M selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Isna Wijayani, Ph.D selaku Dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Bina Darma dan Dosen Pembimbing.
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Kaprodi ilmu komunikasi.
4. Rahma Santhi Zinaida S.Si, M.IK dan Dwi Maharani M.I.Kom selaku Dosen Penguji .
5. Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada Penulis.

Terima kasih untuk semanga, nasehat dan arahannya.

6. Cindie Sya'bania Feroza dan Tri Buana beserta teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2016 yang ikut serta menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memenuhi syarat mengajukan skripsi program strata satu (S1) dan akan membawa manfaat bagi kita semua.

Palembang, 30 September 2020

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.6 Ruang Lingkup Peneltian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Literatur	6
2.1.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kerangka Teoritis.....	8
2.2.1 Analisis <i>Intergrated Marketing Communication (IMC)</i>	8
2.2.2 Analisis SWOT	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	14
2.3.1 Strategi	14
2.3.2 Komunikasi	16
2.3.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi.....	18
2.3.2.2 Proses Komunikasi	19
2.3.3 Pariwisata.....	20
2.3.3.1 Jenis Pariwisata.....	25
2.3.3.2 Unsur Pariwisata	25
2.3.3.3 Komunikasi Pariwisata.....	26
2.3.4 Obyek Wisata.....	29
2.3.4.1 Pengembangan Obyek Wisata	30
2.3.5 Sapta Pesona	32
2.3.5.1 Keamanan.....	32
2.3.5.2 Ketertiban	33
2.3.5.3 Kebersihan	34
2.3.5.4 Kesejukan.....	34

2.3.5.5 Keindahan	35
2.3.5.6 Keramah-tamahan	35
2.3.5.7 Kenangan	36
2.3.5.8 Sarana Prasarana	36
2.3.5.9 Kondisi Aksesibilitas	38
2.3.6 Promosi	39
2.3.6.1 Jenis Promosi	42
2.3.6.2 Tujuan Promosi	43
2.3.7 Pemasaran.....	48
2.3.7.1 Komunikasi Pemasaran.....	48
2.3.7.1.1 Model Komunikasi Pemasaran	50
2.3.7.2 Hubungan Strategi Dengan Pemasaran	52
2.3.7.2.1 Konsep Strategi Pemasaran.....	53
2.3.7.3 Pemasaran Internet.....	54
2.3.8 STP (Segmentasi, Target dan Positioning)	55
2.3.8.1 Segmentasi Pasar.....	55
2.3.8.2 Target Pasar	57
2.2.8.3 <i>Positioning</i>	58
2.3.9 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	58
2.3.10 Kerangka Pemikiran.....	59
2.3.11 Kerangka Konseptual	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
3.1 Metodologi.....	64
3.3.1 Jenis Penelitian.....	64
3.3.2 Sifat Penelitian	64
3.2 Sumber Data.....	65
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4 Teknik Analisis Data.....	71
3.5 Studi Kepustakaan.....	70
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	72
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	72
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Profil Pantai Tongaci	74
4.1.2 Pantai Tongaci.....	77
4.1.3 Profil Informan.....	78
4.1.3.1 Peta Kawasan Pengunjung	80
4.1.6 Pelaksanaan <i>Integrated Marketing Communication</i> Pantai Tongaci	86
4.1.7 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>)	88
4.1.8 Analisis SWOT Pantai Tongaci	89
4.1.9 Kendala Dalam Komunikasi Pariwisata.....	92
4.1.10 Promosi Pantai Tongaci	97
4.2 Pembahasan.....	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Teoritis	105
5.2.2 Saran Praktis	105

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian	69
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	73
Tabel 4.1 Informan Penelitian	79
Tabel 4.2 Data Kunjungan Wisatawan Pantai Tongaci 2015-2019.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Peranan Promosi dalam Pemasaran	41
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	61
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	63
Gambar 4.1 Pantai Tongaci	77
Gambar 4.2 Peta Kawasan Pengunjung	80
Gambar 4.3 Kegiatan Pengunjung	80
Gambar 4.4 Wawancara Bersama Manajer Pantai Tongaci	81
Gambar 4.5 Website Resmi Pantai Tongaci	82
Gambar 4.6 Iklan Promosi <i>Event</i> Pantai Tongaci	84