

**KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA
PALEMBANG DALAM *CALENDER OF EVENT* 2024 SEBAGAI
UPAYA MENARIK MINAT WISATAWAN**

SKRIPSI

Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Pada
Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Bina Darma Palembang



Oleh :

JESSI KEVITA

211910004

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA PALEMBANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA
PALEMBANG DALAM CALENDER OF EVENT 2024 SEBAGAI UPAYA
MENARIK MINAT WISATAWAN**

JESSI KEVITA

211910004

KARYA AKHIR

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

Menyetujui,

Palembang, 16 September 2025
Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Dr. Dessy Misnawati, S.sos., M.I.Kom.
NIDN.0208127303**

Dekan Fakultas Sosial Humaniora



**Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIDN : 001200970607**

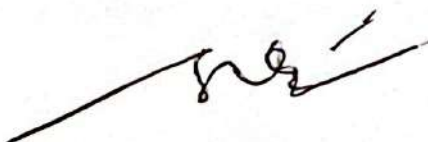
HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada Ujian Seminar Hasil Riset pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma.

Nama : Jessi Kevita
Nim : 211910004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora
Judul Riset : **Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam *Calender Of Event* 2024 Sebagai Upaya Menarik Minat Wisatawan**

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Dr. Rahma Santhi Zinalda, S.Si.,M.I.Kom

NIDN.0219088501

Mengetahui

Ketua Program Studi



Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

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

NIDN.0208127303

HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR

**KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA
PALEMBANG DALAM CALENDER OF EVENT 2024 SEBAGAI UPAYA
MENARIK MINAT WISATAWAN**

Disusun Oleh :

JESSI KEVITA

211910004

Telah dipertahankan dihadapan panitia penguji Skripsi pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang pada 14 Agustus 2024 guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan di nyatakan Lulus

Panitia Penguji Karya Akhir

Pembimbing : Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si.,M.I.Kom (.....)

Penguji 1 : Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D (.....)

Penguji 2 : Dwi Maharani, M.I.Kom (.....)

Tanggal Sidang 14 Agustus 2025

Disahkan Oleh,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Dessy Misnawati, S.sos., M.I.Kom.

SURAT PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jessi Kevita

NIM : 211910004

Dengan ini menyatakan:

- 1 Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau perguruan tinggi lain.
- 2 Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan Dosen Pembimbing.
- 3 Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukan kedalam daftar rujukan.
- 4 Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke Internet sehingga dapat di akses 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-undangan yang berlaku.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Jessi Kevita

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) dalam promosi empat event unggulan dalam Calendar of Event 2024 Kota Palembang, yaitu Festival Perahu Bidar Tradisional, Festival Jazz Internasional Suara Musi, Mustika Musi, dan Ampera Tourism Run. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi, wawancara, dan studi literatur. Konsep STP digunakan untuk menilai efektivitas promosi berbasis segmentasi audiens, penetapan target wisatawan, dan pembentukan positioning destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi segmentasi dilakukan berdasarkan momen pelaksanaan dan karakter psikografis audiens. Strategi targeting menyasar wisatawan luar kota, luar provinsi, hingga mancanegara untuk mendorong peningkatan kunjungan dan dampak ekonomi lokal. Sementara itu, positioning dibangun melalui narasi budaya, keterlibatan komunitas, serta pemilihan lokasi strategis yang memperkuat citra Palembang sebagai destinasi wisata budaya yang inklusif dan dinamis. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi STP dalam memperkuat daya saing destinasi dan efektivitas promosi event pariwisata di tengah persaingan antar destinasi yang semakin kompetitif.

Kata Kunci :: Calendar of Events, Tourism Events, Palembang, STP Strategy

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of the Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) strategy in promoting four flagship events in the 2024 Palembang City Calendar of Events, namely the Traditional Bidar Boat Festival, the Suara Musi International Jazz Festival, Mustika Musi, and the Ampera Tourism Run. This study uses a qualitative approach with observation, interview, and literature study methods. The STP concept is used to assess the effectiveness of promotions based on audience segmentation, target determination of tourists, and the formation of destination positioning. The results of the study show that the segmentation strategy is carried out based on the moment of implementation and the psychographic character of the audience. The targeting strategy targets out-of-town, out-of-province, and foreign tourists to encourage increased visits and local economic impact. Meanwhile, positioning is built through cultural narratives, community involvement, and strategic location selection that strengthens the image of Palembang as an inclusive and dynamic cultural tourism destination. These findings affirm the importance of the STP strategy in strengthening the competitiveness of destinations and the effectiveness of tourism event promotion in the midst of increasingly competitive competition between destinations.

Keywords: Calendar of Events, Tourism Events, Palembang, STP Strategy

MOTO

**“THERE IS NO RESULT WITHOUT EFFORT, AND NO SUCCESS
WITHOUT PRAYER”**

“ Direndakan di mata manusia, ditinggikan dimata Tuhan”

*"Aku memulai dengan Nama Tuhan Yesus dan dengan penuh Keyakinan
mengakhiri dengan kata Amin"*

(Markus 5:36)

PERSEMBAHAN

1. Diriku sendiri, yang telah berjuang tanpa henti, terima kasih telah bertahan sejauh ini. Semoga ini menjadi Langkah awal dari perjalanan Panjang dalam mengejar mimpi dan cita-cita.
2. Untuk mama dan papa, yang selalu memberikan dukungan dari doa maupun finansial. Terima kasih atas segala pengorbanan, dorongan, dan kasih sayang yang tiada henti. Setiap langkah dan pencapaian dalam hidup ini tidak akan pernah terwujud tanpa doa tulus serta kesabaran kalian dalam membimbing dan mendidik saya hingga sampai pada tahap ini.
3. Untuk kakak-kakakku tersayang, Yella, Wulan, dan Edo, terima kasih atas segala kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang tidak pernah putus. Kehadiran kalian menjadi sumber semangat dan inspirasi yang selalu menguatkan saya dalam menjalani setiap proses hingga akhirnya sampai pada tahap ini.
4. Terimakasih Untuk Muhammad Athallah Zada Pandya, yang selalu menemani dan selalu. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat.
5. Untuk pembimbingku Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si.,M.I.Kom, terima kasih atas bimbingan serta arahan selama proses perkuliahan ini.
6. Untuk seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugrah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG DALAM CALENDER OF EVENT 2024 SEBAGAI UPAYA MENARIK MINAT WISATAWAN”** pada waktu yang telah ditentukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi masih jauh dari kata sempurna, berbagai kendala yang di hadapi mulai dari pengajuan Judul hingga dengan penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi.

Dalam pelaksanaan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat dan bimbingan kerjasama dari berbagai pihak yaitu kepada:

1. Ibu Dr. Sunda Ariani, M,Pd., MM Selaku Rektor Universitas Bina Darma
2. Bapak Nuzsep Almigo, M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora
3. Ibu Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dr. Rahma Santhi Zinaida S.Si.,M.I.Kom Selaku Pembimbing penelitian yang telah memberikan waktu dan kesempatan untuk membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi penelitian ini.

5. Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D. dan Ibu Dwi Maharani, M.I.Kom selaku penguji I dan penguji II yang telah mengoreksi untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma tak lupa penulis haturkan banyak terimakasih atas ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, serta nasehatnya selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Bapak Drs. Kgs. H. Sulaiman Amin selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang, Bapak Drs. Fahmi Fadillah, S.T., MTP selaku Kepala Bidang Pemasaran, Bapak M.Erfandi,SE,MM selaku Staff Bidang Pemasaran, Bapak Maulidia Wahyuni, S.Pd, M.Si selaku Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, dan Ibu Dwi Rara selaku Tim Digital Marketing sebagai informan yang senantiasa memberikan bantuannya selama penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua Penulis Papa tersayang Harinius yang mengajarkan untuk selalu bijaksana dan terus berjuang, Ibunda tercinta Romlah yang tiada henti mendidik dan memberikan do'a dan cinta agar Penulis senantiasa dapat menjalani hidup dengan baik. Kedua orang tua yang selalu memberikan nasihat, mengajarkan untuk selalu lebih dewasa serta menjadi semangat dan teladan untuk lebih banyak bersyukur dari kekurangan.
9. Kepada pasangan saya Muhammad Athallah Zada Pandya yang telah memberikan doa, nasehat, arahan, semangat, kesabaran dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, saya berterima kasih banyak atas waktu, bantuan dan doanya.

10. Saudara-saudari seperjuangan di Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2021 dan teman-teman saya yang tidak dapat ditulis namanya secara menyeluruh bersama melewati suka dan duka selama kuliah, menata masa depan yang cerah.
11. Para senior di Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan kepada Penulis.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan yang telah di berikan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu penyusun mohon maaf atas kekurangan dalam pembuatan laporan. Semoga laporan ini berguna bagi semua yang membacanya.

Palembang ,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMBIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Indentifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.1.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.1.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Terdahulu.....	8
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Teoritis.....	15
2.2.1 Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	15
2.2.2 <i>IMC (Integrated Marketing Communication)</i>	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.3.1 Komunikasi	21
2.3.2 Definisi Komunikasi Pemasaran	22
2.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.3.4 Definsi Pariwisata.....	25

2.3.5	Event.....	26
2.3.6	Event Pariwisata	28
2.3.7	Wisatawan	29
2.4	Kerangka pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Metode Penelitian.....	33
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	33
3.2.1	Objek Penelitian	33
3.2.2	Subjek Penelitian	33
3.2.3	Informan Penelitian.....	34
3.3	Data dan Sumber Data	35
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1	Observasi	36
3.4.2	Wawancara	36
3.4.3	Dokumentasi	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1	Reduksi Data	38
3.5.2	Penyajian Data	38
3.5.3	Penarikan Kesimpulan	39
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.6.1	Tempat Penelitian	39
3.6.2	Jadwal Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	41
4.1.1.	Sejarah Singkat Dinas Pariwisata Kota Palembang.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Palembang	42
4.1.3	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Palembang	42
4.1.4	Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Palembang.....	44
4.2	Penyelenggaraan Event dalam Calender Of Event 2024 oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang.....	49
4.2.1	Event Ampera Tourism Run 2024	49
4.2.2	Festival Perahu Bidar Tradisional	50

4.2.3	Festival Jazz Internasional Suara Musi 2024.....	51
4.2.4	Event Mustika Musi.....	53
4.2	Analisis Penelitian.....	54
4.3	Hasil Penelitian.....	56
4.3.1	Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) Pada Calender Of Event 2024	56
4.3.1.1	Segmentasi Calender of Event 2024	62
4.3.1.2	Targeting Calender of Event 2024	72
4.3.1.3	Positioning Calender of Event 2024.....	79
4.3.2	Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Palembang dalam <i>Calendar of Event 2024</i>	76
4.3.2.1	<i>Advertising</i>	84
4.3.2.2	<i>Public Relations and Publicity</i>	93
4.3.2.3	<i>Sales Promotion</i>	93
4.3.2.4	<i>Personall Selling</i>	100
4.3.2.5	<i>Interactive Marketing / Internet Marketing</i>	105
4.3.2.6	<i>Direct marketing</i>	113
4.3	Pembahasam.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		126
5.1	Kesimpulan.....	126
5.2	Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA		129

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Responden.....	38
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	44
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Palembang	47
Tabel 4.2 Informan Penelitian.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Event Ampera Tourism run 2024	56
Gambar 4.2 Festival Perahu Bidar Tradisional	57
Gambar 4.3 Festival Jazz Internasional Suara Musi	58
Gambar 4.4 Event Mustika Musi	59
Gambar 4.5 Baliho Festival Perahu Bidar Tradisional.....	89
Gambar 4.6 Billboard Festival Jazz Internasional	90
Gambar 4.7 Billboard Event Mustika Musi	90
Gambar 4.8 T-banner Ampera Turism Run 2024	91
Gambar 4.9 Website Berita Jazz Internasional.....	97
Gambar 4.10 Website Berita Festival Perahu Bidar Tradisional.....	97
Gambar 4.11 Website Berita Ampera Turism Run 2024.....	97
Gambar 4.12 Website Berita pada Mustika Musi	97
Gambar 4.13 Pembagian DoorPrize pada event Ampera Turism Run.....	100
Gambar 4.14 Fleyer Penukaran Botol Plastik Dengan Tumbler.....	101
Gambar 4.15 Fleyer Giveaway Festival Perahu Bidar Tradisional.....	103
Gambar 4.16 Diskon Hotel Pada Festival Jazz Internasional	104
Gambar 4.17 Staff Bidang Pemasaran Memberikan penjelasan kepada Audiems	108
Gambar 4.18 Instagram dan Konten Event Ampera Tourism Run 2024	113
Gambar 4.19 Instagram dan Konten Festival Jazz Internasional	113
Gambar 4.20 Instagram dan Konten Festival Perahu Bidar.....	114

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keputusan Pembimbing
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi
- Lampiran 5 Formulir Perbaikan Ujian Proposal
- Lampiran 6 Formulir Perbaikan Ujian Seminar Hasil
- Lampiran 7 SK Lulus Ujian Proposal
- Lampiran 8 SK Lulus Ujian Seminar Hasil
- Lampiran 9 Formulir ACC Judul
- Lampiran 10 Formulir Pergantian Judul
- Lampiran 11 Hasil Turnitin Skripsi
- Lampiran 12 Formulir Kelayakan Penjilidan
- Lampiran 13 Surat Balasan Mitra
- Lampiran 14 Riwayat Hidup