

**Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat Dalam Rangka
Mewujudkan Kalbar Tourism 2010**

*Strategic Marketing Communications Department of Culture and Tourism of
West Borneo Province Tourism in the Framework Achieve Kalbar 2010*

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh:

**VENI WARDANI
20040530110**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

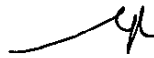
Hari :selasa

Tanggal :12 Juni 2011

Tempat : R. Editing

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



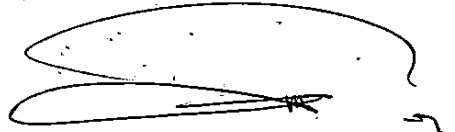
Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM

Penguji I



Muria Endah S, S.IP., M.Si

Penguji II



Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 12 juni 2011

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

MOTTO

✚ Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuannya tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semua itu akan di minta pertanggungjawabannya.

(Qs: Al- Isra': 36)

✚ Kehidupan itu adalah satu nikmat bagi orang yang menghargai dan menyadarinya

✚ Hidup akan terasa lebih indah jika kita mensukuri atas nikmat yang

Thank's To

- Ⓜ Allah SWT ♥♥, selalu memberikan yang terbaik untukku. Terima kasih atas rahmat, nikmat, & syukur yang tak henti selalu kupanjatkan kepadaMu.
- Ⓜ Kedua orang tua ♥♥ yang tak henti-hentinya mendo'akan dan memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Ⓜ Along Uly cepet lulus S2nya dan Adekku Raihan jangan bandel ya, makasih ya selalu memberikan semangat dan do'anya ☺.
- Ⓜ Keluarga besar Adnan dan Arrahman makasih do'a dan supportnya selama ini ya,,makasih dah ngasih banyak kebahagiaan untukku. ☺
- Ⓜ My Bear, thankz supportnya, kenangan yg takkan hilang, mIss u..♥♥♥☺
- Ⓜ Dody, bangah hamka, bang uray makasih atas semue wejangan-wejangannya, mudah2an kite bise selalu same2,,,love u all.
- Ⓜ Endra, boz makasih ya dukungan & do'anya,,makasih udah sering nemenin pergi2, bantu2 pindahan kos, have fun bareng, gak tau lg kapan bisa ketemu boz,,♥ u n aku slalu kangen boz, u're my best friend ☺
- Ⓜ Wawan, mz komet, mz dwie, makasih support dan bantuan yang tak henti2nya untukku, ku pasti akan selalu merindukan kalian.♥
- Ⓜ Riya, makasih dah bantuin aku slama aku sakit, care sama aku, pkknnya makasih banget deh,,♥ u n miss u best friend. buat Hendra pacarmu baik banget, mkasih dah dibantuin ya.
- Ⓜ Ndut(frizka), makasih atas semuanya,,miss ♥ u bgt dah ndut ☺
- Ⓜ Makasih buat KB 2220 AU, KB 2416 HS, AB 6280 EC, AE 6267 XP, yang telah menemaniku kemanakupun melangkah untuk menyelesaikan tugas skripsi dan jalan-jalannya...hihihi.
- Ⓜ Temen-temen, adhit, iim, ika, anti, mbak lilis, lusy, uchie, yuli, nuri, makasih dah mau jadi temenku selama kita hidup bersama disatu atap, dan makasih atas semua supportnya.
- Ⓜ Temen seperjuangan Intan, kiki, wiwit, Oka semangat ya. Dewi makasih dah ditemenin, semua temen IK 2004 khususnya class B, ThanKs All.
- Ⓜ Makasih untuk semuanya yang tidak bisa disebutin satu persatu, makasih

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karuniaNya yang berupa ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancer. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

- 1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis atas terselesaikannya skripsi ini.**
- 2. Bapak, mamak, along dan adek tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan semangat untuk tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini.**
- 3. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis.**
- 4. Ibu Muria Endah, S, S.IP., M.Si selaku dosen penguji I yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis.**
- 5. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis.**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi siapa saja yang membaca skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
3. Pemasaran Dalam Bidang Pariwisata.....	24
F. Metode Penelitian.....	36
1. Jenis Penelitian.....	36
2. Tempat Penelitian.....	37
3. Jenis Data.....	37
4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
5. Teknik Analisis Data.....	38
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40
A. Kalimantan Barat.....	40
1. Sejarah.....	40
2. Geografi.....	40
3. Iklim dan Cuaca.....	41

4. Penduduk.....	42
5. Pemerintahan.....	43
6. Ekonomi.....	44
B. Kepariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	45
C. Objek dan Daya Tarik Wisata.....	47
D. Identifikasi Sarana dan Prasarana.....	55
1. Akomodasi.....	55
2. Restoran dan Rumah Makan.....	56
3. Toko Souvenir (cinderamata).....	56
4. Usaha Perjalanan Wisata.....	57
E. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	57
F. Struktur Organisasi.....	64
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	67
A. Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	67
B. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	73
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Yang Dihadapi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	99
D. Analisis Data.....	100
1. Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	100
2. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat.....	106
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	115
A. Kesimpulan.....	115

DAFTAR TABEL

TABEL 1.....	4
TABEL 2.....	49
TABEL 3.....	52
TABEL 4.....	55

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.....	85
GAMBAR 2.....	85
GAMBAR 3.....	88
GAMBAR 4.....	91
GAMBAR 5.....	93
GAMBAR 6.....	96
GAMBAR 7.....	98
GAMBAR 8.....	98

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Veni Wardani

Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat Dalam Rangka Mewujudkan Kalbar Tourism 2010

Tahun Skripsi: 2011 + 118 Halaman + 3 Tabel + 8 Gambar + 1 lampiran

Daftar Pustaka: 26 Buku + 5 Sumber Online

ABSTRAK

Studi ini menganalisis bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Dalam Rangka Mewujudkan Kalbar Tourism 2010. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Disbudpar dan untuk mendeskripsikan faktor pendukung, penghambat dalam pelaksanaannya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu metode yang bertujuan untuk mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Lokasi Penelitian dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat yang beralamat di jalan let jend Sutoyo no.17 Pontianak. Teknik Pengumpulan data dengan wawancara dengan Kabid Pariwisata dan Kasi Analisa (informasi dan pemasaran pariwisata). Teknik analisa data adalah deskriptif kualitatif. Teknik ini digunakan untuk memaparkan secara spesifik dan mendalam terhadap apa yang berkaitan dengan penelitian, yaitu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Disbudpar. Pada penelitian, kerangka teori yang digunakan ada tiga. Teori pertama yaitu komunikasi pemasaran, teori kedua strategi komunikasi pemasaran termasuk didalamnya bauran promosi, dan teori ketiga yaitu pariwisata termasuk didalamnya pemasaran pariwisata. Hasil kesimpulan dari penelitian adalah Disbudpar memiliki keinginan untuk menjadikan Kalbar sebagai Daya Tarik wisata sekaligus mewujudkan Program Kalbar Tourism 2010 dengan melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Disbudpar dalam upaya mengenalkan obyek wisata kepada khalayak supaya mengunjungi Kalbar dengan menggunakan tiga elemen komunikasi pemasaran yaitu *Advertising, Sales Support dan Public Relation*. Sebelum melakukan kegiatan pemasaran Disbudpar melakukan perencanaan program dan perencanaan analisis SWOT. Disbudpar dalam mewujudkan program Kalbar Tourism 2010 lebih memfokuskan pada penggunaan *sales support* mengandalkan pada materi promosi yang ada, sedangkan penggunaan *Advertising dan Public Relation*...