

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA**  
**(Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten**  
**Musi Banyuasin Dalam Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat**  
**Sarjana Strata I (S1) Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi: Hubungan Masyarakat**



**Diajukan oleh:**  
**CHRISTINE DARMA WIJAYANTI**  
**07031281621068**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**TAHUN 2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**“Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

**Oleh:**

**Christine Darma Wijayanti**

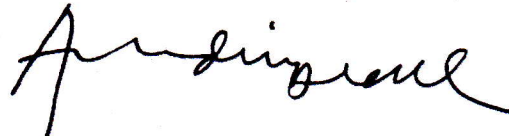
**07031281621068**

**Pembimbing I**

1. Dr. Andy Alfatih, MPA.

NIP. 196012241990011001

**Tanda Tangan**



**Tanggal**

**Pembimbing II**

2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA.

NIP. 198807252019032018



Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

24-20  
110

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**“Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)”**

Skripsi

Oleh:

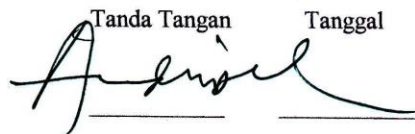
**Christine Darma Wijayanti**

**07031281621068**

**Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat Pada tanggal 9 November 2020**

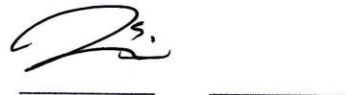
Pembimbing I

1. Dr. Andy Alfatih, MPA.  
NIP. 196012241990011001

Tanda Tangan Tanggal  


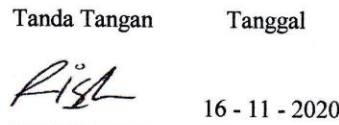
Pembimbing II

2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA.  
NIP. 198807252019032018



Penguji :

1. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.  
NIP. 199309052019032019

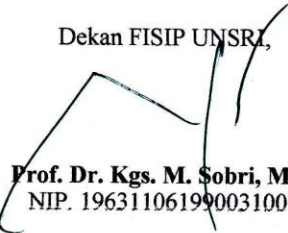
Tanda Tangan Tanggal  
 16 - 11 - 2020

2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 199205312019032018

 16 - 11 - 2020

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

  
**Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si**  
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

  
**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si**  
NIP. 197905012002121005

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christine Darma Wijayanti  
NIM : 07031281621068  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 29 Mei 1998  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi Pada  
Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata  
Kabupaten Musi Banyuasin Dalam  
Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)

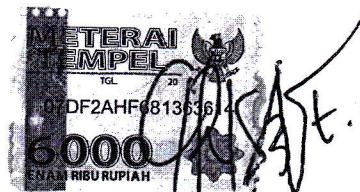
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 27 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



**Christine Darma Wijayanti**

NIM. 07031281621068

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran di Kabupaten Musi Banyuasin dalam mempromosikan pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin dengan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yang terdiri atas 2 orang staff Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin yang mengerti dan bertanggung jawab terkhusus pada bidang promosi pariwisata dan seorang wisatawan. Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menulis kesimpulan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran pariwisata dilakukan dengan baik oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Musi Banyuasin.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Kabupaten Musi Banyuasin**

**Pembimbing I**




**Dr. Andy Alfatih, MPA.**  
NIP. 196012241990011001

**Pembimbing II**



**Krisna Murti, S.I.Kom., MA.**  
NIP. 198807252019032018

**Palembang, November 2020**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Sriwijaya**



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.**  
NIP. 197905012002121005

## ABSTRACT

*This research aimed to find out the marketing communication in Musi Banyuasin Regency in term of tourism promotion. This study used a qualitative method. The data used in this study came from the Department of Youth, Sports, and Tourism of Musi Banyuasin Regency. The data collection techniques were in-depth interviews, observation, and documentation study. The chosen informants were 3 people which consisting of 2 staffs from Department of Youth, Sports and Tourism of Musi Banyuasin Regency who have an understanding and are responsible, especially in the field of tourism promotion and a tourist. To examine the validity of the data, researcher applied triangulation technique. To analyze the data, this research used data reduction, data presentation, and conclusion. The result of the study indicated that tourism marketing communication is carried out well by the Department of Youth, Sports, and Tourism of Musi Banyuasin concerning the tourism promotion in Musi Banyuasin Regency.*

**Keywords:** *Tourism Marketing Communication, Musi Banyuasin Regency*

**Advisor I**



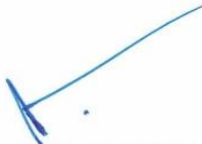
**Dr. Andy Alfatih, MPA.**  
NIP. 196012241990011001

**Advisor II**



**Krisna Murti, S.I.Kom., MA.**  
NIP. 198807252019032018

**Palembang, November 2020**  
**Head of Communication Science Department**  
**Faculty of Social and Political Sciences**  
**Sriwijaya University**



**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.**  
NIP. 197905012002121005

## MOTTO

*“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”. (An-Najm :39)*

*“Around here, however, we don’t look backwards for very long. We keep moving forward, opening up new doors and doing new things, because we’re curious... and curiosity keeps leading us down new paths”. – Walt Disney*

*Keep Moving Forward*

**(A Life lesson from the Disney film: Meet the Robinsons)**

*“If there’s a will, there’s a way”*

*“Work in silence, let success make the noise”.*

“Skripsi ini adalah wujud bagian dari ibadah ku kepada Allah SWT, karena hanya kepada-Nya lah kami menyembah dan kepada-Nya lah kami memohon pertolongan”.

– Christine Darma Wijayanti

**Skripsi ini dipersembahkan untuk:**

- 1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.**
- 2. Ibunda tercinta, Bunda Kartini.**
- 3. Nek Ine, Siti Khodijah dan Nek Anang, Abdul Malik.**
- 4. Diri sendiri yang telah berjuang sejauh ini, mari terus berjuang sampai sukses.**
- 5. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.**
- 6. Almamaterku, Universitas Sriwijaya.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi Pada Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)” hingga selesai dan lancar. Skripsi ini penulis kerjakan untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, petunjuk serta nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Andy Alfatih, MPA. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran, arahan, serta waktu selama proses penulisan skripsi.
5. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah banyak memberikan sumbangan pemikiran, arahan, serta waktu selama proses penulisan skripsi.
6. Bapak Adi Inggit Handoko, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan bagi penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih juga telah memberikan sumbangan sumber bacaan ketika penulis dalam masa penyusunan skripsi.



7. Seluruh dosen, staff, dan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendukung, memberikan masukan dan bantuannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh pegawai dan narasumber di Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin karena telah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian ini.
9. Terkhusus untuk Ibunda ku tercinta, Kartini S.H., M.Si. yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, masukan, dan motivasi bagi penulis. Terima kasih banyak untuk tidak pernah berhenti berjuang dalam membahagiakan dan selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan penulis baik secara moril dan materiil walaupun hanya seorang diri. *All that I am, or ever hope to be, I owe to my angel mother.*
10. Kepada Ayahanda ku terkasih, Riki Emilius S.T. Terima kasih banyak untuk segalanya. Semoga kita dapat bertemu kembali di kondisi yang lebih baik dari sekarang.
11. Kepada Nek Ine dan Nek Anang yang penulis amat sayangi, terima kasih atas didikannya selama ini.
12. Teruntuk Papa Atnan dan Andi, terima kasih sedalam-dalamnya telah datang ke kehidupan kami. Biarlah Tuhan yang akan mengatur akhirnya nanti, untuk sekarang semoga betah dan mau menetap.
13. *To my small circle of friends*, ada dari *SOLID Class* yang berisikan Amalia, Anesya, Mecky, Rizka, Resi, Dona, Sahana, Mayunda, Azizah, dan Zulia. Teman seperjuangan semasa perkuliahan, Pegi dan Sodi. Teman kost yaitu Noni, Tia Agustina dan Tia Fitriani. *And of course, My JHS besties* yaitu Nadira, Tiwi, Nadiya, dan Adis. Semoga akan terus terjalin pertemanan ini hingga waktu yang lama. *SEE YOU GUYS ON TOP!*
14. Teman-teman lain yang mungkin penulis tidak sempat cantumkan pada halaman ini dan seluruh rekan-rekan seperjuangan di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya angkatan 2016, terima kasih atas kerjasamanya selama perkuliahan.
15. *And the last but not least to myself, thank you for not giving up. Let's keep moving forward.*

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan banyak referensi dari berbagai buku dan sumber bacaan lainnya yang berkaitan dengan materi yang menjadi judul pembahasan. Pembuatan skripsi ini diharapkan agar dapat bermanfaat bagi setiap insan pendidikan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

Penulis sangat terbuka atas saran maupun kritik yang dapat menjadi acuan penulis untuk penulisan yang lebih baik. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Inderalaya, 27 Oktober 2020

Penulis,

Christine Darma Wijayanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR SKEMA .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Berbagai Teori Berkaitan Dengan Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
2.3.1 Komunikasi Pemasaran Oleh Agus Hermawan .....	13
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Menurut Kotler dan Keller .....	14
<b>2.4 Teori Komunikasi Pemasaran yang Digunakan Dalam Penelitian .....</b>	<b>15</b>

2.5 Kerangka Teori .....	16
2.6 Kerangka Pemikiran .....	18
2.7 Alur Pemikiran .....	20
2.8 Hipotesis Deskriptif .....	20
2.9 Penelitian Terdahulu .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Desain Penelitian .....	25
3.2 Definisi Konsep .....	25
3.3 Fokus Penelitian .....	26
3.4 Unit Analisis dan Unit Observasi .....	29
3.4.1 Unit Analisis .....	29
3.4.2 Unit Observasi .....	29
3.5 Kriteria Informan dan Informan .....	29
3.5.1 Kriteria <i>Informants</i> .....	29
3.5.2 Informan .....	29
3.6 <i>Key Informant</i> .....	30
3.7 Data dan Sumber Data .....	30
3.7.1 Data .....	30
3.7.2 Sumber Data .....	30
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.9 Teknik Keabsahan Data .....	32
3.10 Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>34</b>
4.1 Sejarah Singkat Tempat Penelitian .....	34
4.2 Visi dan Misi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	34
4.3 Tugas dan Fungsi Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	36

<b>4.4 Struktur Organisasi .....</b>	<b>39</b>
<b>4.5 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....</b>	<b>39</b>
<b>4.6 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>4.7 Data Objek Wisata Kabupaten Musi Banyuasin .....</b>	<b>41</b>
<b>4.8 Data Hotel, Penginapan, Wisma dan Losmen di Kabupaten Musi Banyuasin .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>5.1 Iklan .....</b>	<b>46</b>
5.1.1 Media Iklan .....	46
5.1.2 Anggaran Iklan .....	57
5.1.3 Isi Pesan Iklan .....	60
<b>5.2 Pemasaran Langsung .....</b>	<b>62</b>
5.2.1 Penjualan Tatap Muka .....	62
5.2.2 <i>Telemarketing</i> .....	65
<b>5.3 Pemasaran Interaktif .....</b>	<b>67</b>
5.3.1 Website Resmi .....	67
5.3.2 Media Sosial .....	68
5.3.3 Pemasaran Melalui <i>Mobile</i> .....	70
<b>5.4 Promosi Penjualan .....</b>	<b>72</b>
5.4.1 Tujuan Promosi Penjualan .....	72
5.4.2 Alat Promosi Penjualan .....	75
<b>5.5 Hubungan Masyarakat .....</b>	<b>77</b>
5.5.1 Hubungan Pers .....	77
5.5.2 Publisitas .....	79
<b>5.6 Penjualan Personal .....</b>	<b>82</b>
5.6.1 Kriteria Tenaga Penjual .....	82
5.6.2 Aktivitas Penjualan .....	85

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
<b>6.1 Kesimpulan .....</b>	<b>90</b>
<b>6.2 Saran .....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>
<b>TRANSKRIP HASIL WAWANCARA .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

1.1 Data Kunjungan Wisman/Wisnus Ke Kabupaten Musi Banyuasin Dari Pintu Masuk Hotel/Penginapan Periode Januari Sampai Desember Tahun 2015-2018 .....	4
1.2 Media Promosi DISPOPAN Kabupaten Musi Banyuasin .....	5
2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
3.1 Fokus Penelitian .....	27
4.1 Daftar Nama Pokdarwis Dispopan .....	40
4.2 Data Objek Wisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	41
5.1 Media Iklan yang Digunakan .....	46
5.2 Jenis Media Iklan yang Digunakan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	48
5.3 Tujuan Dalam Memilih Media Iklan .....	54
5.4 Dampak yang Diterima .....	56
5.5 Menentukan Anggaran Iklan .....	58
5.6 Pembuatan Isi Pesan Iklan .....	60
5.7 Penjualan Tatap Muka .....	63
5.8 Jenis <i>Telemarketing</i> .....	66
5.9 Website Resmi .....	67
5.10 Media Sosial yang Dimiliki Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	69
5.11 Pemasaran Melalui <i>Mobile</i> .....	70
5.12 Tujuan Promosi Penjualan .....	73
5.13 Alat Promosi Penjualan .....	75
5.14 Hubungan Pers .....	77
5.15 Bentuk Publisitas Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	79
5.16 Kriteria Tenaga Penjual .....	83
5.17 Aktivitas Penjualan Melalui <i>Stand</i> .....	85
5.18 Aktivitas Penjualan Dengan Menyebarkan Brosur .....	87

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Nama-nama Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin .....	2
1.2 Akun Facebook Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	7
1.3 Website Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	7
4.1 Struktur Organisasi .....	39
4.2 Gedung Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	40
4.3 Data Hotel, Penginapan, Wisma dan Losmen di Kabupaten Musi Banyuasin .....	44
5.1 Media Iklan Brosur .....	48
5.2 Media Iklan Booklet .....	49
5.3 Akun Instagram Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin ..	51
5.4 Akun Facebook Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin ..	52
5.5 Website Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin .....	53
5.6 <i>Direct Promotion</i> yang Dilakukan di Norwegia .....	64
5.7 Brosur Pemilihan Kuyung dan Kupik Muba .....	84



## DAFTAR SKEMA

2.3 Elemen Bauran Promosi oleh Morissan .....	15
2.6 Alur Pikiran oleh Penulis .....	20

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang tidak satupun wilayah daratannya terhubung dengan benua. Total terdapat 17.480 pulau yang dimiliki oleh Indonesia hingga kini yang terbentang dari Sabang hingga Merauke. Dengan luas wilayah 7,7 juta km<sup>2</sup> yang terdiri atas 1,9 juta km<sup>2</sup> atau 25% berupa daratan dan 5,8 juta km<sup>2</sup> atau 75% lautan (Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam Dirjen Kominfo Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017:1-2), Indonesia dianugerahi banyak tempat-tempat wisata, tentunya hal ini dijadikan sebagai primadona dalam menarik minat pengunjung lokal maupun internasional untuk datang ke Indonesia. Keindahan alamnya juga keberagaman budaya dari mulai bahasa hingga kuliner tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak sumber-sumber potensi pariwisata yang menunggu untuk dimanfaatkan secara optimal karena jika tidak maka akan rentan terjadi klaim oleh bangsa lain. Sektor pariwisata saat ini sedang gencar dijalankan oleh pemerintah Indonesia sebagai daya tarik dalam menyumbang tambahan devisa serta penyerapan tenaga kerja yang signifikan bagi negara.

Antusiasme promosi wisata yang di jalankan oleh pemerintah pusat melalui kampanye “*Wonderful Indonesia*” hingga kini ikut menjalar ke berbagai daerah di Indonesia. Setiap provinsi dan kabupaten di Indonesia juga terus berlomba-lomba dalam menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara agar datang ke daerah mereka. Tidak terkecuali dengan Musi Banyuasin atau kerap disingkat Muba merupakan kabupaten yang terus berupaya dalam mempromosikan pariwisata lokal yang dimiliki. Kabupaten Musi Banyuasin merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera Selatan dengan ibu kotanya Sekayu ([www.sumselprov.go.id](http://www.sumselprov.go.id) diakses pada Jumat, 25 Oktober 2019). Kabupaten Musi Banyuasin memiliki luas wilayah 14.265.96 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sebanyak 629.791 jiwa (BPS Kab. Muba, 2017) merupakan kabupaten yang mempunyai 14 (empat belas) kecamatan yaitu dapat dilihat pada gambar 1.1.

**Gambar 1.1 Nama-nama Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin**

Kecamatan	Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan	
	Desa 2017	Kelurahan 2017
Sanga Desa	17	2
Babat Toman	11	2
Batanghari Leko	16	-
Plakat Tinggi	15	-
Lawang Wetan	15	-
Sungai Keruh	22	-
Sekayu	10	4
Lais	15	-
Sungai Lilin	13	2
Keluang	13	1
Babat Supat	16	-
Bayung Lencir	21	2
Lalan	27	-
Tungkal Jaya	16	-
<b>Musi Banyuasin</b>	<b>227</b>	<b>13</b>

*Ket: Terakhir di update 24 September tahun 2018*

Sumber: BPS Kab. Muba tahun 2017

([musibanyuasin.bps.go.id](http://musibanyuasin.bps.go.id), Diakses pada Minggu, 7 Oktober 2019)

Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin (DISPOPAR) merupakan instansi yang bertanggungjawab dalam kepariwisataan di Kabupaten Musi Banyuasin. Dalam hasil pra survey yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa objek-objek wisata di Kabupaten Musi Banyuasin bersifat gratis dan dapat dikunjungi secara umum. Berikut ini kutipan wawancara penulis dengan Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin.

*“Untuk objek-objek wisatanya itu kita tidak ada menarik biaya masuk ya, dek. Jadi semua orang bisa berkunjung menikmati. Karena gini lho penjelasannya, kalau mau menarik biaya itu disesuaikan dengan apa yang disediakan sedangkan kebanyakan wisata di Muba ini belum bisa dioptimalkan. Apalagi kalau yang kakak lihat selama ini, masyarakat kita itu bosanan. Jadi ramai itu hanya kalau ada yang baru saja tapi lama kelamaan bakalan sepi jadi itulah yang menyebabkann objek wisata ini dibuat secara gratis dan umum”.* (wawancara mendalam secara langsung pada Selasa, 31 maret 2020).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pengelolaan pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin bukan menargetkan untuk meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah), tetapi lebih dengan mempromosikan Kabupaten Musi Banyuasin melalui pariwisata yang dimiliki agar dikenal oleh masyarakat lebih luas.

Oleh sebab itu, diperlukan adanya suatu upaya komunikasi dalam mempromosikan pariwisata untuk diperkenalkan kepada para wisatawan, hal tersebut dapat melalui komunikasi pemasaran. Dalam Tjiptono (2008:219) menyatakan, bahwa komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan pasar yang ditargetkan sebelumnya oleh perusahaan dan produknya agar dapat menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan. Senada dengan itu, Schiffman dan Kanuk (2004) dalam Suryana (2017:12), mengatakan bahwa “Pada umumnya, komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan dirancang agar konsumen mengetahui adanya produk tersebut, mendorong pembelian atau komitmen, menimbulkan sikap yang positif terhadap produk, memberikan arti simbolis kepada produk, atau menunjukkan bagaimana komunikasi tersebut dapat lebih baik dalam memecahkan masalah konsumen jika dibandingkan dengan produk (barang atau jasa) kompetitor”. Maka daripada itu, dalam memasarkan dan mempromosikan pariwisata di Kabupaten Musi Banyuasin peran dari komunikasi pemasaran menjadi kunci keberhasilan pariwisata. Jika tidak dilakukan secara efektif maka target pasar yang telah ditentukan sebelumnya atau konsumen tidak mendapat pengetahuan dan informasi dari produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis sangat tertarik dan ingin mengangkat masalah ini dalam penelitian dengan 2 (dua) alasan, yaitu:

- 1. Ada Indikasi Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan.**
- 2. Promosi Pariwisata oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Kurang Optimal.**

Kedua alasan diatas penulis dapat uraikan secara rinci berdasarkan data-data yang mendukung penelitian ini. Sebagai berikut:

### 1.1.1 Ada Indikasi Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan.

Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin tidak dapat menghitung jumlah wisatawan berdasarkan salah satu objek wisata saja melainkan dilakukan perhitungan dengan cara melalui data berupa jumlah wisatawan yang berkunjung Ke Kabupaten Musi Banyuasin melalui pintu masuk hotel dan penginapan. Dibawah ini merupakan data terkait kunjungan wisatawan yang berhasil penulis peroleh dari pintu masuk hotel dan penginapan. Dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisman/Wisnus Ke Kabupaten Musi Banyuasin  
Dari Pintu Masuk Hotel/Penginapan  
Periode Januari Sampai Desember Tahun 2015-2018**

No.	Bulan	Wisatawan							
		Mancanegara				Nusantara			
		Jumlah Per Tahun				Jumlah Per Tahun			
		2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
1.	Januari	7	2	0	0	836	1.099	4.541	2.015
2.	Februari	3	1	1	0	692	1.292	5.402	3.025
3.	Maret	0	1	0	2	1.086	2.444	3.831	3.124
4.	April	2	1	0	0	950	1.696	2.391	4.520
5.	Mei	9	4	1	6	1.104	1.735	2.988	2.600
6.	Juni	2	2	1	4	1.114	1.368	1.200	1.735
7.	Juli	1	2	7	2	610	1.347	4.286	5.365
8.	Agustus	6	1	6	6	1.056	1.673	4.937	7.194
9.	September	4	1	0	19	1.156	1.876	3.832	4.164
10.	Oktober	3	1	0	3	940	2.055	3.191	3.557
11.	November	5	0	4	5	914	1.944	3.729	2.891
12.	Desember	2	0	9	13	688	1.801	2.478	3.156
<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>16</b>	<b>29</b>	<b>60</b>	<b>11.146</b>	<b>20.330</b>	<b>42.806</b>	<b>43.346</b>

Sumber: DISPOPAN Kab. Muba tahun 2019 dan diolah oleh Penulis

Melalui keterangan tabel 1.1, wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Musi Banyuasin terbagi menjadi dua yaitu wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus). Kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) setiap

tahun mengalami kenaikan yang signifikan. Pada tahun 2015 mampu menggaet wisatawan sebanyak 11.146 ribu orang. Namun, pada tahun 2018 merupakan kunjungan wisatawan tertinggi dengan total 43.346 ribu orang. Berbeda dengan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang dalam rentang waktu 4 (empat) tahun sempat mengalami naik turun yakni pada tahun 2016 merupakan total kunjungan wisatawan terendah dengan hanya 16 orang saja. Tetapi, pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebanyak 60 orang. Hal tersebut mengindikasikan pesatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Musi Banyuasin yang membanggakan. Terdapat beberapa hal yang menjadi alasan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Musi Banyuasin berdasarkan data yang diterima oleh penulis, diantaranya:

1. Kedinasan
2. Bisinis
3. Keluarga
4. Berwisata

### **1.1.2 Promosi Pariwisata oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Kurang Optimal.**

Saat ini Kabupaten Musi Banyuasin telah memiliki berbagai media sebagai sarana mempromosikan pariwisata. Promosi sangat penting karena dapat berperan aktif untuk memperkenalkan, memberitahukan serta mengingatkan keberadaan suatu produk yang ditawarkan agar menarik minat. Berikut ini merupakan media promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin 2019, diantaranya:

**Tabel 1.2 Media Promosi DISPOPAPAR Kabupaten Musi Banyuasin**

<b>No.</b>	<b>Media Promosi</b>	<b>Akun Media Promosi</b>	<b>Keterangan</b>
<b>1.</b>	<b>Media Sosial</b>	1. FB: DISPOPAPAR Musi Banyuasin 2. Instagram: @dispoparmuba	Belum dikelola aktif. Pariwisata Musi Banyuasin banyak dipublikasikan oleh penggiat media sosial atas inisiasi personal.

2.	<b>Media Cetak</b>	1. Harian Musi Banyuasin	Dalam melakukan kerjasama dengan media seperti ini Dispopar tidak melakukannya secara langsung namun melalui Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kabupaten Musi Banyuasin.
3.	<b>Media Elektronik</b>	1. Mubaonline.com 2. Muba TV 3. Radio Gema Randik	
4.	<b>Festival/ Acara</b>	1. Tradisi Bekarang 2. Festival Bongen 3. Pemilihan Kupek Kuyung Muba 4. Musi Triboatton 5. Muba Expo 6. Festival Randik	Dilaksanakan setiap satu tahun sekali atau pada musim-musim tertentu saja. Sehingga berperan secara pasif.
5.	<b>Website</b>	<a href="http://www.sipora.dispopar.mubakab.go.id">www.sipora.dispopar.mubakab.go.id</a>	Website tidak dapat diakses.

Sumber: DISPOPAN Kab. Muba dan diolah oleh Penulis

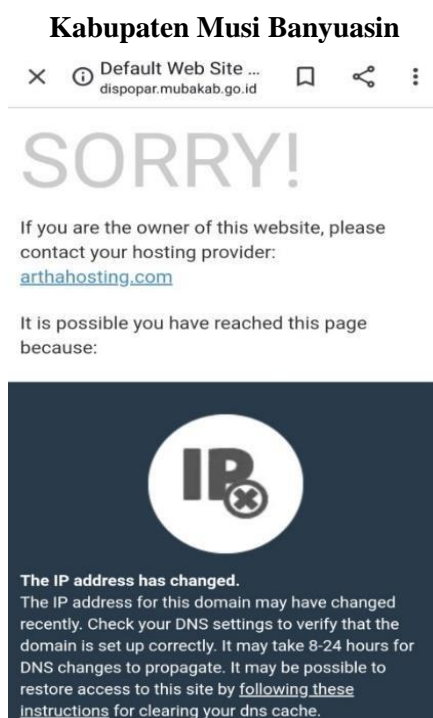
Berdasarkan tabel 1.2 diatas, media promosi yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin menunjukkan setidaknya ada 5 (lima) macam media promosi yang dilakukan guna mempromosikan pariwisata. Tujuannya yakni memberikan informasi yang dapat menjangkau secara luas setiap lapisan masyarakat dari dalam dan luar daerah. Akan tetapi, kenyataannya media-media tersebut kebanyakan berperan secara pasif dan tidak dioptimalkan kegunaannya. Bahkan untuk media sosial yang diketahui hanya akun *Instagram* yang masih digunakan. Untuk akun *Facebook* postingan yang di beranda merupakan postingan dari akun lain yang menandai Dispopar Musi Banyuasin sedangkan Website tidak dapat diakses.

Gambar 1.2 Akun Facebook Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata



Sumber: ([www.facebook.com](http://www.facebook.com). Diakses pada Kamis, 05 Desember 2019)

Gambar 1.3 Website Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata



Sumber: ([www.dispopar.mubakab.go.id](http://www.dispopar.mubakab.go.id). Diakses pada Kamis, 05 Desember 2019)



Padahal menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel (2001) dalam Jaiz (2014:43), melalui promosi para penjual dengan mudah mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada para pembeli sehingga memperoleh suatu respons. Dengan ketiga alasan tersebut, penulis dapat mengangkat penelitian ini untuk dibahas lebih lanjut dengan judul “Komunikasi Pemasaran Pariwisata (Studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Mempromosikan Pariwisata Tahun 2020)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Komunikasi Pemasaran di Kabupaten Musi Banyuasin dalam mempromosikan pariwisata?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Pemasaran di Kabupaten Musi Banyuasin dalam mempromosikan pariwisata.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian, pemikiran, dan ide baru serta sarana untuk memahami Ilmu Komunikasi, terkhusus dalam bidang komunikasi pemasaran dan sebagai referensi bagi yang akan melakukan penelitian dalam kajian ilmu yang sama.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan mengenai bagaimana langkah-langkah komunikasi pemasaran pariwisata yang dijalankan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin.

#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

1. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan pengetahuan dalam dunia praktis yang berharga untuk disinkronkan dengan pengetahuan teori yang telah penulis peroleh selama mengenyam pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi terkait komunikasi pemasaran.

2. Bagi pihak terkait yaitu Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (DISPOPAR) Kabupaten Musi Banyuasin hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk mengetahui komunikasi pemasaran pariwisata sehingga diketahui langkah-langkah apa saja yang perlu di implementasikan serta menjadi penyelesaian atas hambatan yang akan dihadapi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-buku

- Canggara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi edisi revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djarmika, Prija. (2004). *Strategi Sukses Berhubungan dengan Pers dan Aspek-aspek Hukumnya*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank dan Daniel Yadin. (2015). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2017). *Indonesia, Pelangi Dunia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

- Patton, Michael Quinn. (1987). *Qualitative Education Methods*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Alih Bahasa, Revyani Sahrial, Dyah Anikasari; Editor Nurcahyo Mahanani. Jakarta: Erlangga.
- Suryana, Asep. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Research & Development*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.

## **Jurnal**

- Ningsih, Fitriyah Emad dan Rizki Yudhi Dewantara. (2019). *Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sumenep)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 70 No. 1 Mei 2019. Universitas Brawijaya Malang.
- Nurjanah. (2018). *Perencanaan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Bengkalis*. Jurnal Dakwah Risalah. Vol. 29 No. 2 Desember 2018. Universitas Riau.
- Sembiring, Junaidi Pranata. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung*. Jurnal Simbolika. Vol. 2 No. 1 Maret 2016. Universitas Sumatera Utara.

## Website

Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Banyuasin. (2017). *Jumlah Desa/Kelurahan Menurut Kecamatan di Kabupaten Musi Banyuasin, 2017*.

<https://musibanyuasin.bps.go.id/dynamictable/2018/09/24/27/jumlah-desa-kelurahan-menurut-kecamatan-di-kabupaten-musi-banyuasin-2017.html>

diakses pada Jumat, 25 Oktober 2019 Pukul 16.35 WIB).

Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. (2019).

*Facebook Dispopar Musi Banyuasin*.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011066059433> diakses

pada Kamis, 05 Desember 2019 pukul 00.04 WIB).

Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. (2019).

*Website Dispopar Kabupaten Musi Banyuasin*.

<https://dispopar.mubakab.go.id/cgi-sys/defaultebpage.cgi> diakses pada

Kamis, 05 Desember Pukul 00.31 WIB).

Iskandar, Lianan. (2018). *Rencana Strategis Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin*.

[https://docplayer.info/91489012-Rencana-strategis-dinas-pemuda-](https://docplayer.info/91489012-Rencana-strategis-dinas-pemuda-olahraga-dan-pariwisata-kabupaten-musi-banyuasin.html)

[olahraga-dan-pariwisata-kabupaten-musi-banyuasin.html](https://docplayer.info/91489012-Rencana-strategis-dinas-pemuda-olahraga-dan-pariwisata-kabupaten-musi-banyuasin.html) diakses pada 2

Desember 2019 pukul 22.11 WIB).

Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. (2017). *Daftar Kabupaten dan Kota di Sumatera Selatan*.

<https://www.sumselprov.go.id/mobile/index.php?module=content&id=8>

diakses pada Jumat, 25 Oktober 2019 Pukul 22.09 WIB).

Putri, Martina Shalaty. (2020). *Modul Integrated Marketing Communication 1 Mengelola Bauran Promosi*. Universitas Mercu Buana.

[https://studylibid.com/doc/546984/modul-integrated-marketing-](https://studylibid.com/doc/546984/modul-integrated-marketing-communication-i#)

[communication-i#](https://studylibid.com/doc/546984/modul-integrated-marketing-communication-i#) diakses pada Minggu, 17 Agustus 2020).

Sudirman, Maman. (2019). *Dodi Perkenalkan Budaya dan Kuliner Muba di Norwegia*.

(<https://republika.co.id/berita/ptwiif396/dodi-perkenalkan-budaya-dan-kuliner-muba-di-norwegia> diakses pada Jumat, 07 Agustus 2020).

### **Lain-lain**

Anonim. (2016). *Peraturan Bupati Musi Banyuasin Nomor 69 Tahun 2016 Tentang Susunan Organisasi, Uraian Tugas, dan Fungsi Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin*.

Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Musi Banyuasin. (2017). *Rencana Strategis Dispopar 2017-2022*.