

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SPORT TOURISM* DI KOTA
PALEMBANG**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Strata 1

(S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Jurnalistik



Oleh: Muhammad Rifki Bachtiar

07031181722002

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

“Strategi Komunikasi Pemasaran *Sport Tourism* di Kota Palembang”

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam menempuh

Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Muhaminad Rifki Bachtiar

07031181722002

Pembimbing I

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

197905012002121005

Tanda Tangan



Tanggal

.....

Pembimbing II

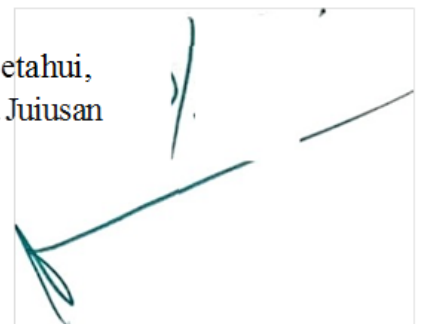
2 Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.

198802112019032011



.....

Mengetahui,
Ketua Juiusan



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
Nip. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

“Strategi Komunikasi Pemasaran Sport Tourism di Kota Palembang”

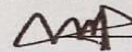
Skripsi
Oleh :
Muhammad Rifki Bachtiar
07031181722002

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 30 Desember 2021

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
197905012002121005
2. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom.
198802112019032011

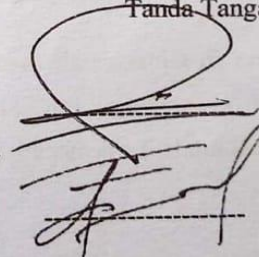
Tanda Tangan,



Penguji :

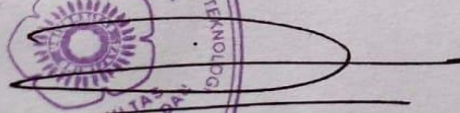
1. Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
19770512 200312 1 003
2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.
19841105 200812 1 003

Tanda Tangan



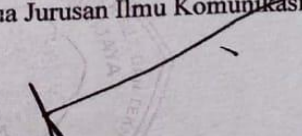
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rifki Bachtiar
NIM : 07031181722002
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 17 september 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Sport Tourism Di Kota Palembang

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 pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini 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 ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 20 Desember 2021
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rifki Bachtiar

NIM. 07031181722002

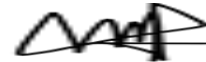
ABSTRAK

Sport tourism telah menjadi industri pariwisata dengan perkembangan yang sangat signifikan di Indonesia dan di Kota Palembang. pertumbuhan aktivitas sport tourism memberikan kontribusi yang cukup besar dalam penerimaan negara di sektor industri pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu sebesar 25 %. Kota Palembang telah banyak menggelar event event berskala nasional dan internasional seperti *Asian Games*, *Bowling Cubica World Cup*, *MXGP Motocross* dan *Palembang Thriathlon*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memakai teori komunikasi pemasaran terpadu oleh Kotler dan Keller (2008). Observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam menjadi tumpuan utama dalam pengumpulan data. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui strategi komunikasi pemasaran *sport tourism* di kota Palembang dan seberapa maju kota Palembang dalam menggarap konsep *sport tourism*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun komponen komponen dalam komunikasi pemasaran terpadu telah terpenuhi akan tetapi penerapan konsep *sport tourism* di Kota Palembang belum mampu berjalan dengan sebagaimana mestinya, terdapat kekosongan diantara lini yang harusnya mampu menghasilkan sinergi yang baik dari seluruh elemen sehingga menyebabkan perkembangan *sport tourism* di kota Palembang juga sedikit terhambat.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Sport Tourism, Strategi

Pembimbing I

Pembimbing II



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

Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011

Inderalaya, 20 Desember 2021
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

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

ABSTRACT

Sport tourism has become a tourism industry with very significant developments in Indonesia and in the city of Palembang. The growth of sport tourism activities contributes significantly to state revenue in the tourism industry and creative economy sector, which is 25%. The city of Palembang has held many national and international scale events such as the Asian Games, Bowling Cubica World Cup, MXGP Motocross and Palembang Triathlon. This study uses a qualitative descriptive method using the integrated marketing communication theory by Kotler and Keller (2008). Observation, documentation and in-depth interviews became the main focus in data collection. This study was conducted to determine the marketing communication strategy of sport tourism in the city of Palembang and how advanced the city of Palembang is in working on the concept of sport tourism. The results of this study indicate that although the components in integrated marketing communication have been fulfilled, the application of the concept of sport tourism in the city of Palembang has not been able to run properly, there is a gap between the lines that should be able to produce good synergy from all elements, causing the development of sport tourism. in the city of Palembang is also a bit hampered.

Keywords : Integrated Marketing Communication, Sport Tourism, Strategy

Thesis Supervisor I

Thesis Supervisor II



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

Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 198802112019032011

Inderalaya, 20 Desember 2021

Head of Department Communication Sciences

Faculty of Social and Political Sciences

Sriwijaya University

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah S.W.T karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1 sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya.

Disamping itu rasa syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena telah diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SPORT TOURISM* DI KOTA PALEMBANG”.

Dalam proses penyusunan skripsi peneliti banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Ir.H.Anis Saggaf, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo. S.IP., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Faisal Nomaini S.Sos., M.Si selaku sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo. S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan kepada peneliti.
5. Ibu Rindang Senja Andarini. S.Ikom., M.Ikom selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Kedua orang tua peneliti Ibu Vivin Anggraini dan Ayah Abdul Muthalib yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada peneliti.
8. Saudara-saudara serta keluarga besar peneliti, terima kasih atas doa dan dukungannya. Sahabat – sahabat peneliti Mayastri Devana, Jane

Rifka,Elfa,Desmo,Sonia,Febri,Deny,Adisti,Sheila,C8,Paguyuban Reunite dan Sahabat B Squad terimakasih untuk inspirasi dan masukan-masukannya.

9. Semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan. Untuk itu peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca. Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan bagi semua pihak.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Palembang, 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABLE..... | xii |
| BAB 1 | 13 |
| PENDAHULUAN..... | 13 |
| 1.1 Latar Belakang | 13 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 19 |
| 1.3 Tujuan Penulisan | 19 |
| 1.4 Manfaat Penulisan | 19 |
| BAB II..... | 21 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 21 |
| 2.1 Landasan Teori | 21 |
| 2.2 Strategi | 21 |
| 2.3 Promosi | 22 |
| 2.4 Komunikasi Pemasaran..... | 24 |
| 2.5 Sport Tourism..... | 25 |
| 2.6 <i>Destination Branding</i> (Brand Destinasi) | 28 |
| 2.7 Teori – Teori Strategi Promosi..... | 30 |
| 2.8 Teori Strategi Promosi Yang Dipakai Pada Penelitian ini..... | 34 |
| 2.9 Kerangka Teori..... | 35 |
| 2.10 Kerangka Pemikiran | 38 |
| 2.11 Penelitian Terdahulu | 41 |
| BAB III | 45 |
| METODE PENELITIAN | 45 |
| 3.1 Rancangan Penelitian..... | 45 |
| 3.2 Definisi Konsep | 45 |
| 3.3 Fokus Penelitian | 47 |
| 3.4 Unit Analisis dan Observasi..... | 48 |
| 3.5 Kriteria Informan, <i>Key Informan</i> dan Informan Pendukung..... | 49 |
| 3.5.1 Kriteria Informan | 49 |

| | | |
|---|------------------------------|-----------|
| 3.6 | Data dan Sumber Data | 50 |
| 3.7 | Teknik Pengumpulan Data..... | 51 |
| 3.8 | Teknik Keabsahan Data | 54 |
| 3.9 | Teknik Analisis Data | 54 |
| BAB IV..... | | 57 |
| GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN..... | | 57 |
| 4.1 | Profil Instansi | 57 |
| 4.2 | Logo Instansi | 58 |
| 4.3 | Visi dan Misi | 59 |
| 4.4 | Uraian Tugas | 62 |
| 4.6 | Profil Informan..... | 65 |
| BAB V | | 66 |
| HASIL DAN ANALISIS | | 66 |
| BAB VI..... | | 87 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 87 |
| 6.1 | Kesimpulan | 87 |
| 6.2 | Saran | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2 1 Kekuatan Brand Destinasi..... | 29 |
| Gambar 2 2 Alur Pemikiran | 41 |
| | |
| Gambar 4 1 Logo <i>Charming</i> Palembang | 58 |
| | |
| Gambar 5 1: Iklan Dinas Pariwisata di majalah | 68 |
| Gambar 5 2 Iklan Dinas Pariwisata Kota Palembang di Media Cetak Koran..... | 68 |
| Gambar 5 3 Iklan Dinas Pariwisata Kota Palembang di Billboard Bandara..... | 69 |
| Gambar 5 4 Iklan Dinas Pariwisata Kota Palembang di Sosial Media..... | 69 |
| Gambar 5 5 Sales promotion yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang..... | 72 |
| Gambar 5 6 Sales Promotion pada saat event Asian Games 2018 dan MX GP 2019 | 72 |
| Gambar 5 7 Sales Promotion pada saat event Bowling World Cup 2019 | 73 |
| Gambar 5 8 HPI dalam melakukan promosi pariwisata | 75 |
| Gambar 5 9 Bujang Gadis Palembang dalam membantu promosi destinasi wisata di Kota Palembang..... | 75 |
| Gambar 5 10 foto pemenang event AMF Qubica Bowling World Cup 2019 | 80 |
| Gambar 5 11 Tim Gajser (tengah) pada saat perayaan kemenangan..... | 81 |
| Gambar 5 12 Display data pengunjung 2018 - 2019 | 82 |
| Gambar 5 13 alur word of mouth marketing..... | 83 |
| Gambar 5 14 Foto dari website hallo palembang terkait aplikasi PTG..... | 85 |

DAFTAR TABLE

| | |
|---|----|
| Table 2 1 Penelitian Terdahulu..... | 42 |
| Table 3 1 Fokus Penelitian | 47 |
| Table 3 2 Contoh Pedoman Observasi | 52 |
| Table 3 3 Contoh Pedoman Wawancara | 53 |
| Table 4 1 Penjabaran Visi Kota Palembang..... | 59 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sport tourism saat ini menjadi konsep industri wisata yang berkembang pesat di Indonesia. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020 menunjukkan dalam kurun 2015 hingga 2020 *sport tourism* mengalami pertumbuhan yang konsisten sebesar 6% per tahun atau pendapatan sekitar 600 miliar dollar per tahun. Pertumbuhan aktivitas *sport tourism* memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap penerimaan negara di sektor industri perjalan dan pariwisata, yaitu sebesar 25 %. *Sport tourism* merupakan keseluruhan pengalaman budaya yang muncul dari aktivitas (olahraga) dan tempat (destinasi), “*sport tourism as the sum of the cultural experiences of activity and place*” (Stabdeven dan De Knop, 1999 dalam Higham dan Hinch, 2009).

Ada 2 klasifikasi *sports tourism*, yakni *hard sports tourism* serta *soft sports tourism*. *Hard sports tourism* merupakan kunjungan beberapa orang ke sesuatu tempat maupun negara yang tujuannya guna berpartisipasi dalam *sport events*, seperti , *Olympic Games*, serta *FIFA World Cup U- 20 2023* yang rencananya bakal diselenggarakan di kota Palembang pada 20 Juni – 20 Juli 2023. Sebaliknya *soft sport tourism* merupakan kunjungan wisatawan yang tujuannya buat berpartisipasi dalam kegiatan berolahraga yang diatur untuk tujuan rekreasi, tipe olahraganya rata- rata berkaitan dengan gaya hidup (contoh: bersepeda, selancar, *diving*, berolahraga mendayung).

Di Indonesia sendiri konsep *sport tourism* telah banyak dicoba di sebagian wilayah seperti Jakarta dengan Jakarta Marathon serta *event* olah- raga bulutangkis Indonesia Open, Banyuwangi dengan *Tour De Ijen*, Sumatera Barat dengan *Tour De Singkarak* dan Manado dengan Sail Bunaken. Pertumbuhan *sport tourism* di wilayah lain telah sangat maju serta tumbuh pesat seperti misalnya Sumatera Barat dengan *event* andalan mereka yakni *Tour De Singkarak event* yang pertama kali diselenggarakan pada 2009 ini menjadi ajang *event* tahunan resmi yang tiap tahunnya di gelar oleh Persatuan Balap Sepeda Internasional(

Union Cycliste International) di Sumatera Barat. Aktivitas yang umumnya diadakan pada tanggal 4 hingga dengan 10 Juni ini diikuti oleh 250 orang peserta dari berbagai negara, dengan adanya *event* tersebut memberi imbas yang sangat luar biasa untuk warga lokal di wilayah tersebut serta menaikkan pendapatan dari segi ekonomi tercatat dari data Kementerian Pariwisata bahwasanya pada tahun 2018 kunjungan pariwisata naik hingga 13,2% atau di atas kenaikan pariwisata nasional 8,9%.

Pada tahun 2017, turis mancanegara yang menginap di hotel berbintang di Sumatra Barat sebanyak 332. 515 orang, serta tahun 2018 bertambah jadi 413. 180 orang ataupun naik kurang lebih 24, 3%. Jumlah ini pasti terus menjadi bertambah dari tahun ke tahun, terbukti dengan peringkat *Tour de singkarak* yang menduduki di posisi 5 dunia bersaing dengan *Tour De France, Giro d' Italia, Vuelta a Espana*, serta *Santos Tour Down Under*. Dengan kesuksesan wilayah Sumatera Barat menyelenggarakan *event Tour De Singkarak* membuat Palembang berbenah guna mulai menerapkan konsep *Sport Tourism* setelah penyelenggaraan *Asian Games 2018*, Palembang resmi ditetapkan sebagai salah satu wilayah tujuan wisata olah - raga ataupun *sport tourism* oleh Kementrian Pariwisata pada 14 Februari 2019, dengan demikian kota Palembang tengah digadang gadang sebagai salah satu wilayah yang bakal berfokus pada konsep *sport tourism*, terlebih Arief Yahya sebagai Menteri Pariwisata pada tahun 2019 menuturkan hendak menjadikan Palembang sebagai salah satu contoh wilayah dengan konsep *Sport Tourism*. (Seperti dikutip dari detik. travel. com dikala Menteri Pariwisata Arief Yahya melaksanakan kunjungan ke Palembang).

Adapun pemilihan judul pada penelitian ini didasari atas tiga alasan. Ketiga alasan tersebut adalah:

1. Palembang akan menjadi tuan rumah *FIFA WORLD CUP U-20 2023*
2. Besarnya peranan *sport tourism* dalam kemajuan pariwisata di suatu kota
3. Seberapa maju Kota Palembang dalam menggarap konsep *Sport Tourism*

Ketiga alasan tersebut akan dijelaskan secara rinci seperti berikut ini:

1.1.1 Palembang Selaku Tuan Rumah *FIFA WORLD CUP U-20 2023*

Sebagai tuan rumah pagelaran akbar merupakan sesuatu hal yang membanggakan untuk tiap negara yang ditunjuk sebagai tuan rumah, tidak terkecuali Indonesia. Indonesia secara resmi ditunjuk oleh FIFA guna menjadi tuan rumah dalam ajang *FIFA World Cup U- 20* setelah FIFA sebagai otoritas sepak bola tertinggi di dunia melaksanakan *general meeting* di Shanghai 24 Oktober 2019 silam, dalam *bidding* untuk memastikan tuan rumah *FIFA World Cup U- 20* Indonesia sukses menyisihkan Brasil serta Peru yang juga mengajukan diri sebagai tuan rumah penyelenggara kegiatan. Dalam kegiatan tersebut rencananya Piala Dunia U- 20 bakal dilaksanakan pada tahun 2021 tepatnya 20 Mei sampai 12 Juni. Namun dikarenakan adanya pandemi Covid 19 pagelaran turnamen sepak bola terbesar di jagad raya tersebut resmi dibatalkan oleh FIFA namun Indonesia tetap menjadi tuan rumah di periode turnamen berikutnya yakni pada tahun 2023.

FIFA World Cup U-20 sendiri digelar dua tahun sekali dengan Ukraina sebagai juara bertahan di pagelaran sebelumnya yakni tahun 2019. Ada 6 kota yang dipilih oleh PSSI sebagai tempat berjalannya *event FIFA World Cup U- 20* ini salah satu diantaranya adalah kota Palembang. Dengan Stadion Gelora Sriwijaya Jakabaring sebagai stadion yang dipilih untuk berlangsungnya pertandingan.

Dengan adanya turnamen berskala internasional tentu pastinya banyak wisatawan mancanegara ataupun lokal yang akan berkunjung ke Indonesia tepatnya di Kota Palembang, kaya akan kuliner, adat budaya dan sejarah menjadikan Kota Palembang sebagai salah satu destinasi wisata favorit khususnya untuk *Sport Tourism* dan Kuliner. Dengan demikian sudah pasti target Pemerintah Provinsi maupun kota akan menargetkan untuk mendapatkan *income* dari sektor pariwisata. Apalagi mengingat kota Palembang juga pernah menjadi tuan rumah *event* terbesar se Asia yakni pada tahun 2018 bergandengan dengan kota Jakarta. Dengan adanya pengalaman menyelenggarakan *event event* internasional, seharusnya kota Palembang telah memiliki strategi khusus untuk menyukseskan *event* tersebut, terlebih melihat ke tahun 2018 bisa dikatakan penyelenggaraan Asian Games di Palembang sukses diselenggarakan dengan baik.

Asian Games sendiri adalah *event* olahraga yang di adakan 4 tahun sekali, *event* ini diikuti oleh seluruh negara di Asia. Berbeda halnya dengan *FIFA World Cup U-20*. *Event* ini hanya di ikuti oleh 24 negara yang sebelumnya sudah mengikuti babak penyisihan atau zona *playoff* yang diselenggarakan terpisah.

Jumlah 24 negara tersebut berasal dari enam konfederasi , yakni UEFA (Eropa), AFC (Asia), OFC (Oseania), CAF (Afrika), CONMEBOL (Amerika Selatan), dan CONCAFAF (Amerika Utara dan Tengah). Dengan masing masing UEFA dan AFC memiliki 5 perwakilan dan masing masing CONCAFAF, CAF, dan CONMEBOL dengan 4 perwakilan sedangkan OFC hanya dengan 2 perwakilan. Nantinya 24 negara yang sudah lolos putaran final akan dibagi ke dalam 6 grup yang masing masing grup berisikan 4 tim. Juara grup dan *runner up* grup yang berjumlah 12 tim dipastikan lolos ke babak 16 besar sedangkan 4 tim selanjutnya di ambil dari peringkat 3 terbaik dari masing masing grup.

Mengingat peserta *FIFA World Cup U20* berasal dari hampir seluruh benua di dunia tidak hanya benua Asia seperti maka potensi kunjungan wisata pada ajang olahraga ini akan tinggi apabila dipersiapkan dengan serius oleh Kementerian Pariwisata, Dinas Pariwisata Kota Palembang, dan Lembaga terkait lainnya. Momentum sebagai tuan rumah *FIFA World Cup U20* menjadi potensi besar bagi pengembangan *sport tourism* di Kota Palembang.

1.1.2 Besarnya peranan *sport tourism* dalam kemajuan pariwisata di suatu kota

Dalam memajukan suatu kota banyak sektor yang bisa dimanfaatkan untuk memajukan kota tersebut tak terkecuali sektor pariwisata. Di kota Palembang sendiri sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang menjadi andalan baik dari pemerintah kota maupun pemerintah daerah. Destinasi *sport*

tourism salah satunya, kota Palembang secara terbuka telah mengakui bahwasanya destinasi *sport tourism* menjadi salah satu sektor yang paling diutamakan terlebih lagi, dengan kesuksesan kota Palembang menjadi tuan rumah 2018 membuat Kementerian Pariwisata menjadikan Kota Palembang sebagai salah satu contoh destinasi *sport tourism* di Indonesia.

Sport tourism sendiri mulai digaungkan setelah pagelaran 2018 dimana setelah pagelaran *event* tersebut aktivitas *sport* atau olahraga semakin meningkat tak terkecuali di kota Palembang puncaknya di tahun 2019. Kota Palembang semakin banyak mengadakan *event-event* berbasis *sport tourism* seperti olahraga kano, olahraga sepeda, dan bowling. Dari definisinya *sport tourism* adalah kegiatan pariwisata yang berbasis olahraga, atau orang-perseorangan yang menyaksikan atau terlibat langsung di *event* olahraga. *Sport tourism* sendiri sudah umum dikenal di beberapa benua eropa seperti negara Spanyol, Jerman, Perancis, Inggris dan beberapa negara besar lainnya.

Salah satu negara yang mendapatkan pendapatan perkapita dari sektor *sport tourism* adalah Jerman, di mana Jerman sendiri di kancah internasional berdasarkan data dari *World Tourism Organization* (WTO, 2001) tercatat sebesar 32 juta wisatawan asing dalam waktu 1 tahun yang datang ke Jerman dengan berdasarkan minat untuk menyaksikan kegiatan olahraga, seperti sepakbola. Dengan demikian bukan tidak mungkin Indonesia juga bisa melakukan hal serupa terkhususnya di kota Palembang dengan memfokuskan dan memaksimalkan potensi dari *sport tourism* itu sendiri, terlebih dengan akan diadakannya pagelaran *FIFA World Cup U20 2023* mendatang.

1.1.3 Strategi Kota Palembang dalam menggarap konsep Sport Tourism

Seperti yang diketahui kota Palembang secara resmi ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata sebagai kota dengan destinasi wisata berkonsep *Sport Tourism* pada tahun 2019 lalu, alasan di balik ditetapkannya kota Palembang sebagai destinasi *Sport Tourism* dikarenakan pagelaran *event* terbesar se-Asia yakni *Asian Games* yang digelar di dua kota di Indonesia yakni di Jakarta dan Palembang dinilai sukses. Sejak saat itu baik dari Pemerintah Daerah ataupun Pemerintah kota Palembang melalui instansi Dinas Pariwisata mulai

menggelar serangkaian *event* yang berbasis dengan *Sport Tourism*.

Perjalanan kota Palembang dalam menuju konsep kota dengan basis *Sport Tourism* dimulai pada perhelatan PON 2004, pada saat itu kota Palembang ditunjuk sebagai tuan rumah mendampingi kota Jakarta. Dinilai telah sukses dalam menyelenggarakan PON 2004 kota Palembang mulai berbenah dengan merenovasi dan menambah beberapa sarana dan prasana yang terletak di kawasan Jakabaring *Sport City*, sehingga pada tahun 2011 kota Palembang kembali ditunjuk sebagai tuan rumah perhelatan *Sea Games* 2011 dan kembali mendampingi Kota Jakarta. *Event* demi *event* telah berhasil dilaksanakan dengan baik di Kota Palembang hingga puncaknya pada tahun 2018 kota Palembang ditunjuk sebagai tuan rumah pagelaran *Asian Games* 2018.

Dari kurun waktu 2018 hingga 2021 di kota Palembang telah diselenggarakan berbagai macam *event* olahraga berbasis *sport tourism* seperti, bidar traditional *race*, *event world* bowling cup, *event* MX-GP, musi thriathlon dan lainnya. Pasca *Asian Games* Kota Palembang memang terus perlahan menggarap konsep destinasi *sport tourism*, Isnaini Madani selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang dikutip dari mix.co.id pada 19 juli 2019 mengatakan bahwa ia dan jajarannya menargetkan kunjungan wisatawan ke kota Palembang sebanyak 2,5 juta orang setiap tahunnya, ia juga menambahkan setelah *Asian Games* 2018 sukses dilaksanakan. Dinas Pariwisata Kota Palembang terus memperbarui strategi - strategi bagaimana cara membuat wisatawan itu berkunjung ke kota Palembang. Selain itu, Palembang membuat *branding* destinasi pariwisata yang bernama “Charming Palembang” dengan memakai trademark gambar dari Jembatan Ampera yang berbentuk logo serta meliputi sembilan cabang anak Sungai Musi. *Branding* pariwisata seperti ini yang sedang masif disosialisasikan untuk para wisatawan baik mancanegara atau lokal dengan menggunakan saluran media konvensional untuk komunikasi meliputi media cetak koran, media portal berita online, media elektronik seperti email, website dan sosial media.

Dinas Pariwisata Kota Palembang memiliki website resmi yang berisi

fitur fitur layanan informasi mengenai destinasi wisata baik alam, sejarah, budaya, kuliner khas dan kondisi tentang Kota Palembang serta ada informasi mengenai biro travel agent perjalanan, hotel, pusat rekreasi hiburan.

Dari ketiga alasan yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SPORT TOURISM* DI KOTA PALEMBANG”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran *sport tourism* di Kota Palembang.

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *sport tourism* di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat berguna bagi pengembangan destinasi pariwisata khususnya destinasi *sport tourism*

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah kota Palembang ataupun dinas pariwisata kota Palembang dalam pengembangan strategi *sport tourism*.

1.4.3 Manfaat bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan di bidang pariwisata khususnya *sport tourism* dan bagaimana langkah atau strategi perencanaan dalam mengembangkan *sport tourism* tersebut.

1.4.4 Manfaat bagi Pembaca

Dapat menambah pengetahuan akan strategi yang baik untuk pengembangan destinasi *sport tourism* dan menggalakan minat masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pengembangan destinasi *sport tourism*.

1.4.5 Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan dan saran bagi pemerintah atau instansi yang bergerak di bidang pariwisata untuk mengetahui bagaimana strategi yang baik dalam mengembangkan destinasi *sport tourism* untuk menggaet wisatawan berkunjung ke daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku/Jurnal

- Kotler, Philip. Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta Erlangga.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran: Dasar dan Konsep. Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Al Sukri, S. (2020). *Basic Marketing Strategy : Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Azwaja.
- Ardianto, E. (2014). *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, Gabriella Sagita, and Adhi Murti Citra Amalia, 'Model Komunikasi Pemasaran Terpadu Sport Tourism Di Kabupaten Malang', *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3.1 (2020), 1 <<https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.968>>
- 'Strategi Komunikasi Pemasaran Event Sport Tourism: Studi Kasus Terhadap Komunikasi Pemasaran Event Borobudur Marathon 2016 GUSI AYU PUTRI C S, Dr. Muhamad Sulhan, SIP., M.Si.', 2017, 2016–17
- Cangara, Hafied (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. (2018). *Teori Dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Ferdiansyah, H., Endayana, C., Rachmat, H., & Khadijah, U. L. (2020).
- Firmansyah, M. F. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV.Qiara Media.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* , 83.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Indriastuty, N. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung Wisata Budaya Pesta Adat Erau. *Jurnal Manajemen Komunikasi* , 61-

80.

James ,H., Tom, H. (2009). *Sport And Tourism Globalization, Mobility, and Identity*.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Gramedia.

Luturlean, B. S., Sukmadi, Kalsum, E. U., Maulina, L., & Arifin, D. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.

Mulyana, Deddy. (2005) *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muharto. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan : Kombinasi Strategi dan Paradigma pembangunan berkelanjutan* . Yogyakarta: Deepublish.

Moleong. (2005). *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan* , 13-27.

Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destriy, N. A., Avina, D. A., et al. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.

Pratiwi, A. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Di Kota Palembang Menjelang *Asian Games XVII 2018* (studi pada program paket wisata hemat "Palembang Asiik"). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development* .

Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 78-90.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep*

dan Apliednya Di Indonesia. Yogyakarta: Gaya Media.

Susanti, F. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan. *Jurnal KBP* , 104-115.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.

Widyastuti, S. (2018). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Solusi Menembus Hati Pelanggan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila Press.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Grasindo.

Yulita, H. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* , 165-183.

Sumber Internet

Badan Pusat Statistik. (2020, Juni 1). *Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Mei 2020 mencapai 163,65 ribu kunjungan*. Dipetik Mei 21, 2021, dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/07/01/1716/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-mei-2020-mencapai-163-65-ribu-kunjungan.html>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020, Mei 31). *Program CHS di Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Dipetik April 29, 2021, dari Peduli Covid19 KEMENPAREKRAF RI:

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2018). *Laporan Kegiatan : Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018*. Dipetik Mei 14, 2021, dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI: <https://www.kemendparekraf.go.id/laporan-kegiatan/Laporan-Akuntabilitas-Kinerja-Kemendparekraf~Baparekraf>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. (2021, Februari 8). *Statistik Wisatawan Mancanegara*. Dipetik Mei 14, 2021, dari kemenkraf : <https://www.kemendparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara>

Web Jurnal tentang pariwisata. Dipetik 16 Juli, 2021, dari web adoc.pub :

<https://adoc.pub/queue/potensi-sport-tourism-di-kota-palembang-perspektif-ekonomi.html>