STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OBJEK WISATA DESA NELAYAN (SUNGSANG) OLEH DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN BANYUASIN

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Sastra I (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi :Broadcasting

Diajukan Oleh :

M DICKY APRIANSYAH

07031381621118

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS

ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Desa Wisata Nelayan (Sungsang) Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

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

Oleh :

M Dicky Apriansyah

07031381621118

	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I		
1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd NIP 197803022002122002	_____	----------
Pembimbing II		
2. Rindang Senja Andarini, M.I.Kom NIP 198802112019032011	----------	----------

Mengetahui, 28/7/21

Ketua Jurusan,

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

NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN
KOMPREHENSIF

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OBJEK WISATA DESA NELAYAN (SUNGSANG) OLEH DINAS KEPEMUDAAN OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN BANYUASIN

Skripsi

Oleh :

M Dicky Apriansyah

07031381621118

Telah dipertahankan di depan penguji

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Pada tanggal 30 Agustus 2021

Pembimbing :

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd.
   NIP. 197803022002122002 ----------

2. Rindang Senja Andarini M.I.Kom.
   NIP. 19880211201932011 ----------

Penguji :

1. Omar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
   NIP. 199208222018031001 ----------

2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M,Sc
   NIP. 199208222019031001 ----------

Mengetahui

Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi ,

Dr. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992203100

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: M Dicky Apriansyah
NIM	: 07031381621118
Tempat/Tanggal Lahir	: Palembang, 25 April 1999
Program Studi/Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Desa Wisata Nelayan (Sungsang) Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

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 di tetapkan
2. Karya ilmiah yang saya tulis adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

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

Palembang, Juli 2021

Y yataan,

METERAI TEMPEL

D0AAJX284946654

M Dicky Apriansyah

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Desa Wisata Nelayan (Sungsang) Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin, skripsi ini dibuat untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin khusunya dalam mempromosikan Desa Wisata Sungsang. Skripsi ini menggunakan teori Marketing Communication Mix oleh Philip Kotler dan Kevin Keller. (2006:536). Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian menggunakan wawancara secara mendalam, observasi, dokumentasi. Dalam skripsi ini terdapat 3orang informan yang terdiri dari 1 orang Kepala Seksi Pemasaran Pariwisata dan 1 orang Staff Obsever Lapangan Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaen Banyuasin serta 1 orang Masyarakat lokal yang tinggal di Desa Wisata Sungsang. Untuk menguji keabsahan data, penulis menggunakan tehnik triangulasi. Untuk menganalisis data, skripsi ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menyampaikan kesimpulan. Dari hasil penelitian bisa disimpulkan bahwa Komunikasi Pemasaran Pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin telah berjalan dengan baik dalam mempromosikan Desa Wisata Sungsang.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Desa Wisata Sungsang

Pembimbing I	Pembimbing II
Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd	Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 197803022002122002	NIP. 198802112019032011

Mengetahui,
Ketua Jurusan

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

ABSTRACT

This thesis is entitled Marketing Communication Strategy of Tourism Village Object (Sungsang) by the Departement of Youth, Sport, and Tourism of Banyuasin Regency. This thesis was made to discover how the Marketing Communication Strategy of Departement of Youth, Sport, and Tourism of Banyuasin Regency, in conducting marketing communication, especially promotion of Tourism Village Sungsang.This thesis uses theory Marketing Communications Mix by Philip Kotler and Kevein Keller (2006:536). In this thesis the writer used a qualitative method with a approach using a deep interview, observation, documentation. In this thesis have 3 informant people which consisting of 1people Head of Marketing Section and 1 people staffs field obsever of tourism marketing the Departemen of Youth, Sport, and Tourism of Banyuasin Regency and 1 people living in Tourism Vilage Sungsang. To examine the validity of the data, the writer used a triangulation technique. To analyze the data, this thesis used data reduction, data presentation, and convey conclusions. The result of this study can be concluded that a Tourism Marketing Communication which conducted by the Departement of Youth, Sport, and Tourism of Banyuasin Regency has been going well in promotion of Tourism Village Sungsang.

Keyword : Tourism Marketing Communication, Tourism Village Sungsang

Pembimbing I	Pembimbing II
Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd	Rindang Senja Andarini, M.I.Kom
NIP. 197803022002122002	NIP. 198802112019032011

Mengetahui,
Ketua Jurusan

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

MOTTO

“PADA AKHIRNYA, INI SEMUA HANYALAH PERMULAAN”

(Nadin Amizah : *Beranjak Dewasa*)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Desa Wisata Nelayan (Sungsang) Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin" hingga selesai dan lancar. Skripsi ini penulis kerjakan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai derajat Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi, Konstentrasi Broadcasting di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, arahan, petunjuk serta nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, tidak berlebihan apabila dalam kesempatan kali 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. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran, arahan, nasehat, serta waktu selama proses penulisan skripsi.
5. Ibu Rindang Senja Andarini, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan sumbangan pemikiran, arahan, motivasi, nasehat, serta waktu selama proses penulisan skripsi.

6. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan bagi penulis selama masa perkuliahan.
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 Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin karena telah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian ini.
9. Terkhusus untuk Papa dan Mama. Orangtua tercinta . Sutriono dan Annisa yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, dukungan, semangat,bagi penulis. Terimakasih banyak untuk tidak pernah berhenti berjuang dalam membahagiakan dan selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan penulis baik secara moril dan materill.
10. *To my small circle of friends*,teman seperjuangan yang berisikan Muhammad Agus Dwiyanto, Ridho Miftakhu Rohman, Yoga Pratama Fiater, Muhammad Famalio Saiputra. Semoga akan terus terjalin pertemanan ini hingga waktu yang lama, *See You On Top Guys!*
11. Teman-teman yang lain mungkin penulis tidak bisa tuliskan satu persatu pada halaman ini dan seluruh rekan seperjuangan di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya angkatan 2016, terima kasih atas kerjasamanya selama masa perkuliahan.
12. *Last but not least, I wanna thank me, for believing me, for doing all this hard work, for having no days off,for never quitting for just being me all times*

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

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

Palembang, 24 Juli 2021

Penulis,

M Dicky Apriansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF 2

PERNYATAAN ORISINALITAS..... 3

ABSTRAK 4

ABSTRACT..... 5

MOTTO 6

"PADA AKHIRNYA, INI SEMUA HANYALAH PERMULAAN" 6

KATA PENGANTAR..... 7

DAFTAR ISI..... 10

DAFTAR TABEL 14

DAFTAR GAMBAR..... 16

BAB I..... 17

PENDAHULUAN 17

1.1 Latar Belakang..... 17

1.1.1 Promosi Pariwisata Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 19

1.1 Rumusan Masalah..... 25

1.2 Tujuan Penelitian..... 26

1.3 Manfaat Penelitian..... 26

1.3.1 Manfaat Teoritis..... 26

1.3.2 Manfaat Praktis..... 26

BAB II 27

LANDASAN TEORI..... 27

2.1 Penelitian Terdahulu 27

2.2 Landasan Teori 30

2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin di Desa Wisata Sungsang 30

2.3.1 Pengertian Strategi 30

2.3.2 Pengertian Komunikasi 32

2.3.3 Pengertian Pemasaran 33

2.4 Berbagai Macam Teori Strategi Komunikasi Pemasaran 36

2.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Paul R. Smith 36

2.4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agus Hermawan 37

2.5 Teori Komunikasi Pemasaran yang digunakan dalam Penelitian 39

2.6 Kerangka Teori 43

2.7 Kerangka Pemikiran 44

2.8 Alur Pemikiran 47

BAB III 48

METODE PENELITIAN 48

3.1 Jenis Penelitian 48

3.2 Definisi Konsep 48

3.3 Fokus Penelitian 50

3.4 Unit Analisis Data 52

3.5 Key Informant 52

3.6 Sumber Data 53

3.6.1 Data Primer 53

3.6.2 Data Sekunder 54

3.7 Tehnik Pengumpulan Data 54

3.8 Tehnik Analisis Data 55

3.9 Tehnik Keabsahan Data 57

BAB IV 58

GAMBARAN UMUM 58

4.1 Sejarah Singkat Instansi Tempat Penelitian..... 58

4.2. Profil Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin ... 58

4.3. Visi dan Misi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 59

4.4. Tugas dan Fungsi Bidang Pariwisata Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin 60

4.5 Struktur Organisasi 62

4.5.1 Profil Bidang Pariwisata..... 63

4.5.2 Struktur Pengelola Bidang Pariwisata 63

4.6 Creative Team Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 64

4.7 Desa Wisata Sungsang 64

BAB V 66

HASIL DAN PEMBAHASAN 66

5.1 Iklan 67

5.1.1 Media Iklan..... 67

5.1.2 Anggaran Iklan 78

5.1.3 Isi Pesan Iklan 80

5.2 Promosi Penjualan 81

5.2.1 Tujuan Promos Penjualan..... 81

5.2.2 Alat Promosi Penjualan..... 84

5.3 Acara dan Pengalaman..... 86

5.3.1 Pelaksanaan Acara..... 86

5.3.2 Tujuan Acara 88

5.4 Hubungan Masyarakat dan Publisitas 89

5.5.1 Hubungan Pers 90

5.5.2 Publisitas 92

5.5 Penjualan Personal 94

5.5.1 Kriteria Tenaga Penjual 94

5.5.2 Kegiatan Penjualan 96

5.6 Pemasaran Langsung 100

5.6.1 Penjualan Tatap Muka 100

BAB VI 104

KESIMPULAN DAN SARAN 104

6.1 Kesimpulan 104

6.2 Saran 106

DAFTAR PUSTAKA 107

LAMPIRAN 109

TRANSKIP HASIL WAWANCARA 113

Indentitas Key Informant 1 113

TRANSKIP HASIL WAWANCARA 120

Identitas Key Informant 2 120

TRANSKIP HASIL WAWANCARA 123

Identitas Informant Pendukung 123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media Promosi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin 20
Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Desa Wisata Sungsang Kabupaten Banyuasin Tahun 2018-2020 24
Tabel 2 1Penelitian Terdahulu 27
Tabel 2. 2 Skema Dimensi 39
Tabel 2. 3Alur Pemikiran oleh Penulis 47
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian 50
Tabel 4. 1 Struktur Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin 62
Tabel 4 2 Struktur Bidang Pariwisata 63
Tabel 5. 1Media Yang Digunakan 67
Tabel 5. 2Jenis Media Iklan Yang Digunakan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin. 69
Tabel 5. 3 Tujuan Dalam Memilih Media Iklan 75
Tabel 5. 4 Dampak Yang Diterima 77
Tabel 5. 5 Menentukan Anggaran Iklan 78
Tabel 5. 6 Pembuatan Isi Pesan Iklan 80
Tabel 5. 7 Tujuan Promosi Penjualan 82
Tabel 5. 8 Alat Promosi Penjualan 84
Tabel 5. 9 Pelaksanaan Acara 86
Tabel 5. 10 Tujuan Acara 89
Tabel 5. 11 Hubungan Pers 90
Tabel 5. 12 Bentuk Publisitas Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin 92
Tabel 5. 13 Kriteria Tenaga Penjual 94
Tabel 5. 14 Kegiatan Penjualan 97

Tabel 5. 15 Kegiatan Penjualan dengan Menyebarkan Brosur 99
Tabel 5. 16 Penjualan Tatap Muka 101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Akun Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 21
Gambar 1. 2 Akun Facebook Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 21
Gambar 1. 3 Akun Youtube Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 22
Gambar 1. 4 Berita kedatangan turis ke Desa Wisata Sungsang..... 22
Gambar 1. 5 Launching Desa Wisata Sungsang 23
Gambar 4 1Kantor Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 59
Gambar 4. 2 Creative Team Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 64
Gambar 4. 3 Desa Wisata Sungsang 65
Gambar 5. 1 Foto Expo atau pameran yang diadakan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 69
Gambar 5. 2 Akun Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 71
Gambar 5. 3 Akun Facebook Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 72
Gambar 5. 4 Akun Youtube Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 73
Gambar 5 5 Website Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin... 74
Gambar 5. 6 Pelaksanaan Acara yang dilakukan di Desa Wisata Sungsang..... 88
Gambar 5. 7 Foto Bujang dan Gedis Banyuasin dan Duta Pariwisata Banyuasin..... 95
Gambar 5. 8 Penyebaran Brosur atau sejenisnya pada stand yang diadakan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin..... 99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu bagian yang berpotensi buat di kembangkan jadi sumber pendapatan asli daerah (PAD). Industri pariwisata telah memperlihatkan dirinya selaku suatu alternatif ekonomi yang bisa diandalkan menjadi salah satu upaya dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal,nasional dan internasional.

Dalam bahasa lain dari pariwisata, melancong memanglah sudah jadi bagian dari kehidupan masyarakat apalagi di era travelling bagaikan saat ini. Banyak orang melakukan ekspedisi dengan bermacam tujuan. Salah satunya yaitu dengan liburan atau tamasya/relaksasi *(leasure).* Sebetulnya leasure adalah salah satukebutuhan baru yang diciptakan dengan membentuk *"image"* (citra) kalau orang butuh berwisata atau melancong buat memperoleh kembali kesegaran yang sudah lenyap dari dirinya sebab dipakai buat bekerja. Benar kalau orang berwisata tidak sekedar Cuma buat rileks, santai serta bergembira saja namun juga dapat memahami kebudayaan lain ataupun dalam rangka mendidik diri sendiri atau kanak-kanak.

Pariwisata Indonesia dikala ini menjadi opsi pilihan destinasi wisata kesukaan oleh para wisatawan asing atau turis di segala dunia. Perihal ini dibuktikan dari suksesnya Indonesia dinobatkan selaku negeri terfavorit sebagai zona pariwisata yang diberitakan pada salah satu majalah pariwisata populer dunia yaitu Dive

dalam kegiatan Travel Award.

Dengan terdapatnya penobatan tersebut menjadikan Indonesia terus menjadi gencar dalam melaksanakan pengembangan pada bagian wisatanya diseluruh Indonesia supaya terus menjadi meningkatnya pariwisata yang terdapat di Indonesia dan memperbesar kesempatan untuk memberikan banyaknya lapangan pekerjaan. Terlebih dengan dukungan melalui Undang-Undang No.23 Tahun2004 tentang otonomi daerah

Kabupaten Banyuasin adalah suatu kabupaten di Sumatera Selatan yang terdiri dari 21 Kecamatan. Kabupaten Banyuasin adalah salah satu kabupaten yang tercipta bersumber pada Undang-Undang Nomor. 6 Tahun 2002 yang ialah pemekaran dari Kabupaten Musi Banyuasin, nama kabupaten ini berasal dari nama "Sungai Banyuasin" yang berasal dari sebutan bahasa Jawa, banyu (air) serta asin, merujuk pada mutu air sungai tersebut yang masin katanya, paling utama kearah pantai.

Batas wilayah Banyuasin mengelilingi 2/3 wilayah dari kota Palembang, sehingga Banyuasin boleh dikatakan sebagai daerah penunjang ibu kota provinsi Sumatera Selatan. Banyak pembangunan provinsi Sumatera Selatan yangdilakukan di pinggir daerah Banyuasin persis perbatasan dengan daerah kota Palembang, dengan maksud demi membantu pembangunan di Palembang seperti sarana LRT, sekolah, dermaga pelabuhan tanjung siapi-api. Pemerintan kabupaten Banyuasin juga sangat fokus atas pembangunan yang dilakukan dari desa dengan melakukan program 500 juta perdesa sehingga infrakstruktur bisa dilakukan langsung menyetuh masyarakat. Setiap daerah butuh bantuan untuk mempromosikan tempat wisata yang akan mereka dapatkan kepada calon wisatawan, hingga diperlukan adanya suatu komunikasi untuk mempromosikan tempat wisata itu melalui komunikasi pemasaran

Komunikasi Pemasaran adalah menurut Tjiptono (2008:219) “Kegiatan pemasaran yang berusaha menyalurkan informasi, mempengaruhi, menghimbau, dan mengingatkan sasaran pasar atas perusahaan dan jasa yang mereka sediakan”. Selain itu menurut Burhan Bungin (2015:59) “Target dari komunikasi pemasaran bukan menjual produk, akan tetapi targetnya adalah pengetahuan pelanggan terhadap produk sehingga calon pelanggan bisa mengetahui serta memahami produk” maka daripada itu untuk memasarkan dan mempromosikan pariwisata di Kabupaten Banyuasin peranan komunikasi pemasaran sangatlah penting dan menjadi tujuan utama dalam melakukan pencitraan *(image)* perusahaan. Dikarenakan sebaik apapun rencana strategi pemasaran yang dibuat kalau tidak menjalankan komunikasi pemasaran secara efektif maka konsumen atau target pasar tidak akan tahu mengenai produk apa yang kita punya.

Salah satu provinsi di Indonesia, Sumatera Selatan saat ini terus menjadi gencar melakukan pembangunan wisata dibeberapa kabupaten kota, terutama pariwisata, hingga untuk mempromosikan daya tarik wisata tersebut diperlukan adanya dukungan publikasi dan pemasaran baik ditingkat lokal,nasional maupun internasional, karena keberhasilan pengembangan dan upaya peningkatan kualitas pariwisata tergantung pada keberhasilan kegiatan pemasaran serta dibutuhkan adanya aktivitas pusat informasi wisata, selain itu keberhasilan peningkatan kualitas objek menjadi daya tarik wisata sangatlah penting tergantung pada keseriusan Pemerintah Daerah untuk mempromosikan tempat wisata serta kesaadaran masyarakat setempat.

1.1.1 Promosi Pariwisata Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

Saat ini kabupaten Banyuasin mempunyai media promosi tersendiri, berikut merupakan media promosinya :

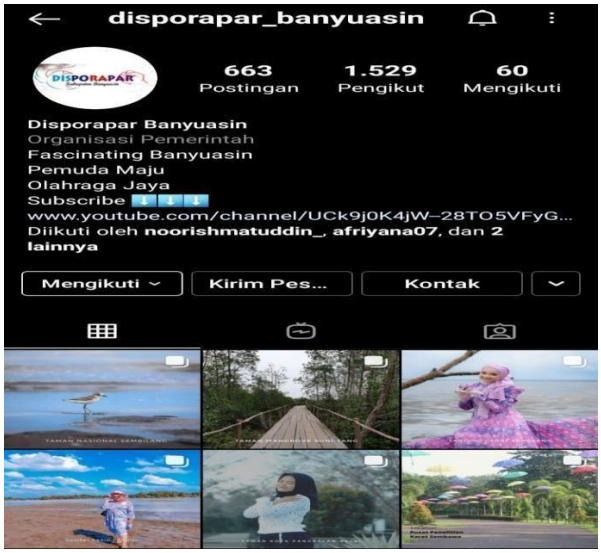
Tabel 1. 1 Media Promosi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

No	Media Promosi	Akun Media Promosi	Keterangan
1	Media Sosial	1. Instagram: @disporapar_banyuasin 2. Facebook : Disporapar Banyuasin 3. Youtube : Disporapar Banyuasin	Dikelola secara aktif. Dan juga Pariwisata Banyuasin banyak dipublikasikan oleh pengguna media sosial secara personal
2	Media Cetak	1. Harian Sumatera Ekspress 2. Harian Banyuasin	Dalam hal ini untuk melakukan kerjasama dengan media seperti koran Disporapar Banyuasin tidak melakukannya secara langsung akan tetapi melalui Dinas Kominfo Kabupaten Banyuasin
3	Website	https://disporapar.banyuasinkab.go.id	Website diperbarui secara berkala (aktif)

Sumber : Website Resmi Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat bahwa media promosi di kabupaten Banyuasin yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin bertujuan untuk memberitakan atau memberikan informasi tentang pariwisata di kabupaten Banyuasin, akun-akun media sosial tersebut berperan aktif dalam mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Banyuasin.

Gambar 1. 1Akun Instagram Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

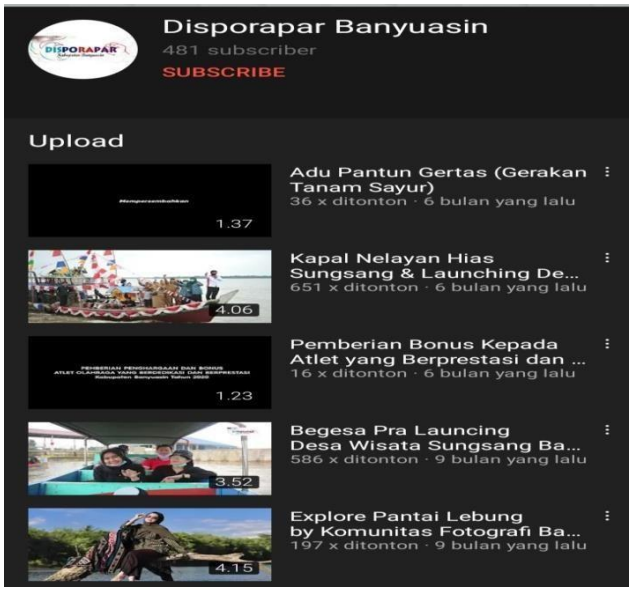


Sumber : instagram.com/disporapar_banyuasin

Gambar 1. 2 Akun Facebook Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

Sumber : facebook.com/DisporaparBanyuasin

Gambar 1. 3 Akun Youtube Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin



Sumber : youtube.com/disporaparbanyuasin

Menurut Swastha "Promosi dilihat sebagai arus informasi atau persuasi yang dibuat untuk memberikan informasi satu arah untuk menciptakan kesadaran, memberikan informasi, dan membuat tertarik konsumen atau calon konsumen"

Gambar 1. 4 Berita kedatangan turis ke Desa Wisata Sungsang

SUNGSANG IV KINI JADI DESA WISATA

17/05/2019 Posted by: adminstpt

Category: News and Event

No Comments

Sebanyak 120 Turis dari Australia berkunjung ke Desa Sungsang IV Kecamatan Banyuasin I Kabupaten Banyuasin, Sumsel.

DESA Sungsang IV, Kecamat-an Banyuasin I, Kabupaten Banyuasin, Sumatra Selatan membuktikan bahwa predikat desa tertinggal bisa menjadi tujuan destinasi wisata. Meski secara alamiah tidak memiliki pantai, danau, dan sebagai-nya, desa ini memiliki keandalan tersendiri.

Karena terkenal sebagai kampung nelayan, dijadikanlah ikon itu untuk memba-ngun desa wisata. Banyak ragam hasil tangkapan warga seperti udang, berbagai jenis ikan laut, kepiting rawa, dan sebagainya.

Hal itulah yang membuat desa ini istimewa dan mena-rik wisatawan. Apalagi semua yang dilakukan warga desa masih tradisional. Desa Sungsang IV yang dulu terisolasi kini mendapat perhatian pemda setempat untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata.

Wakil Bupati Banyuasin, Slamet Somosentono

Sumber: https://stptrisakti.ac.id/sungsang-iv-kini-jadi-desa-wisata/

Wakil Bupati Banyuasin, Slamet Somosentono mengatakan bahwa “tradisi di Desa Sungsang sangatlah kental, bukan hanya kebudayaannya, adat istiadat danrumah warga pun masih banyak yang merupakan bangunan lama” Pemerintah Kabupaten Banyuasin sudah menetapkan desa sungsang ini sebagai desa wisata, sudah banyak wisatawan asing dan lokal yang datang”. Hal itu juga terbukti saat ada kunjungan 120 wisatawan asing dari Australia ke desa sungsang ini, mereka berlayar dengan kapal Coral Adventure. Selain dari Australia ada juga penumpang asal Inggris, Belgia, Prancis, Amerika Serikat, Selandia Baru, Rusia, dan Belanda.

Gambar 1. 5 Launching Desa Wisata Sungsang

Sumber : http://disporapar.banyuasinkab.go.id – `14 Desember 2020

Dalam hal ini pada tahun 2020 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin telah melaunching untuk pengembangan Desa Sungsang menjadi Desa Wisata

Desa Wisata Sungsang merupakan desa wisata yang berbasis Ekowisata. Objek daya tarik dari Desa Wisata Sungsang ini selain sebagai suplai bahan pangan dari laut , juga merupakan sebagai penghasil hasil laut utama di Kabupaten Banyuasin, selain itu Desa Wisata Sungsang ini memiliki pesona dari Ikan Lumba- Lumba yang kadang muncul ke permukaan dan juga Burung Migran yang terlihat di beberapa waktu saja, lokasi dari Desa Wisata Sungsang ini di tepi laut yang membuat jika berwisata kesana sangat cocok untuk melepas penat dengan berwisata menggunakan SpeedBoat.

Tabel 1. 2 Perkembangan Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung Ke Desa Wisata Sungsang Kabupaten Banyuasin Tahun 2018-2020

No	Tahun	Wisatawan Asing	Wisatawan Domestik	Jumlah
1	2018	120	5.865	5.985
2	2019	87	3.177	3.264
3	2020	15	2.175	2.190

Sumber : Data Internal Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin

Tabel 1.2 diatas memperlihatkan jumlah wisatawan yang datang ke DesaWisata Sungsang Kabupaten Banyuasin pada tahun 2018-2020 yang bisa dilihatbahwa desa tersebut menjadi tujuan bagi para wisatawan asing maupun lokal, meskipun termasuk wisata unggulan yang ada di bagian pariwisata kabupaten Banyuasin namun pada 2 tahun terakhir ini mengalami penurunan jumlah wisatawan. Dapat dilihat bahwa terjadi penurunan yang signifikan pada tahun 2020.

Sekian banyak berita positif yang diberikan media bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin berjalan baik. Sehingga harus lebih mengoptimalkan pemasaran yangsudah berjalan, maka dari itu penulis akan meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin.

Alasan penulis memilih penelitian ini adalah karena dengan melihat potensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Banyuasin sangat banyak maka tentu saja sangat baik apabila potensi tersebut dikelola secara baik oleh pemerintah, tentu saja pengelolaan tersebut akan memberi dampak bagi pendapatan daerah juga kesejahteraan masyarakat setempat, kemudian desa sungsang ini memiliki event tahunan seperti festival kapal nelayan. daripada itu desa wisata sungsang ini sudah menjadi sejarah internasional, dan memiliki event tahunan dan juga merupakan desa nelayan satu-satunya dibanyuasin dan juga menjadi icon desa wisata di Banyuasin dan terakhir banyaknya kunjungan wisatawan internasional.

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Desa Nelayan (Sungsang) Oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin"**

1.1 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin dalam mempromosikan Desa Wisata Sungsang?

1.2 Tujuan Penelitian

Mengetahui Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Banyuasin dalam mempromosikan Desa Wisata Sungsang

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1.3.1 Manfaat Teoritis

1. Menyampaikan partisipasi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian mengenai Komunikasi Pemsaaran khususnya pariwisata
2. Bisa digunakan sebagai refrensi bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap berikutnya

1.3.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pandangan baru tentang komunikasi pemasaran dalam memasarkan pariwisata
2. Menjadikan tahapan pembelajaran peneliti dalam menganalisis masalah secara ilmiah
3. Menjadi sumber informasi serta bahan pertimbangan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian ini
4. Menjadi bahan perbandingan serta dasar bagi peneliti berikutnya yang berkaitan melalui penelitiannya
5. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa digunakan untuk menambah wawasan serta sebagai bahan tambahan kajian evaluasi bagi dinas pariwisata selaku pengelola pariwisata dalam menunjukan kebijakan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Banyuasin, B. P. (n.d.). *Badan Pusat Statistik Banyuasin*. Retrieved Mei 6, 2021, from https://banyuasinkab.bps.go.id/subject/16/pariwisata/html

Banyuasin, D. K. (n.d.). Retrieved Mei 10, 2021, from htps://disporapar.banyuasinkab.go.id

Burhan, I. P. (2015). *Komunikasi Pemasaran (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi.* Jakarta: Erlangga.

Chaffey, D. (2006). *Internet Marketing : Strategy, Implementation, and Practice.* Prentice Hall: Harlow.

David, F. R. (2011). *Strategic Management, Eps 12th.* Jakarta.

Edwin, F. (2010). *Manajemen Personalia.* Jakarta: Erlangga.

Handoko, H. D. (2005). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Hovlan, C. K. (1953). *Communication and Persuation.* New Heaven: Yale University Press.

Humaira, H. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Wisatawan.

Kennedy, J. E. (2006). *Marketing Communication : Taktik dan Strategi.* Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.

Lamb, H. (2012). *Essenstial of Marketing 7th Edition.* USA South-Western: Cengage Learning.

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Moleong, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Philip Kotler, K. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13.* Jakarta: Erlangga.

Philip Kotler, K. K. (2006). *Marketing Management 12th Edition.* New Jersey: Library of Congress Cataloging.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Rusdiati, K. K. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Jurnal Riset Manajemen* , 8-19.

S, A. (2010). *Prosedur Pedoman dan Penelitian.* Jakarta: Rineka Cipa.

Smith, P. (1993). *Marketing Communication Integrated Approach.*

Soemanegara, R. D. (2008). *Marketing Communication* . Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* . Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian).* Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: CV Andi Offset.