



Sumber: pribadi

Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN)**

Nama : ALFONSIUS

NIM : 1610411005

Konsentrasi : PUBLIC RELATION



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar:

Nama : Alfonsius  
NIM : 1610411005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2020

Yang menyatakan,



METERAI  
TEMPEL  
TGL. 20  
D890EAEF00104698  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Alfonsius

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :  
Nama : Alfonsius  
NIM : 1610411005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata DI Kabupaten  
Pandeglang Banten (Studi pada bidang pemasaran desa wisata  
curug rahong  
Di kabupaten pandeglang banten)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

### Pembimbing Utama



(Dr.RetnoDyahKusumastuti,M.Si)

### Pembimbing Pendamping



(Dra. Aniek Irawatie, M.Si)

### Plh. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.)

Ditetapkan: Jakarta  
Tanggal Ujian: 18 Juli 2020

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN)”**.

Dalam penyusunan pada penelitian ini penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis. Terima kasih penulis ucapkan atas segala doa yang telah dipanjatkan serta dukungannya yang tak terbatas kepada penulis.
2. Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si selaku Dosen pembimbing I.
3. Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II.
4. Maria Febiana M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
5. Dr. Kusumajanti, S.Sos, M.Si, Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta
6. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
7. Pengelola Desa Wisata Curug Rahong yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Pak Yayat Supiat selaku Kepala Desa di Desa Cimanggu Kabupaten Pandeglang Banten.
9. Para Wisatawan yang telah bersedia menjadi informan.
10. Teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak membantu peneliti.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan semuanya dengan rahmat dan kasih sayang yang tidak ada habisnya. Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi pribadi penulis sendiri dan bagi masyarakat pada umumnya yang membaca skripsi ini.

Jakarta, 15 Mei 2020

Peneliti



Alfonsus

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai *civitas* akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

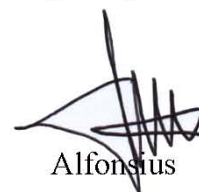
Nama : Alfonsius  
NIM : 1610411005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Namun tidak mencantumkan nama instansi secara utuh.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Tanggal: Juli 2020  
Yang menyatakan,

  
Alfonsius

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN)

ALFONSIUS

## Abstrak

Penelitian ini dibuat berdasarkan latar belakang meningkatnya kebutuhan masyarakat Indonesia akan kegiatan pariwisata yang semakin besar, peningkatan tersebut akan memunculkan efek domino, jika antusiasme semakin besar maka persaingan yang muncul akan semakin ketat. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pengelola desa wisata curug rahong untuk meningkatkan kunjungan para wisatawan. Metode penelitian yang digunakan yaitu jenis kualitatif dengan analisis studi deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Konsep utama yang digunakan yaitu strategi komunikasi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola desa wisata curug rahong melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan memprioritaskan bauran *interactive/internet marketing, personal selling, sales promotion*, dan humas. Dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran pengelola desa wisata curug rahong menerapkan perencanaan berdasarkan *distinctive competence*. Peneliti juga menyimpulkan bahwa pengelola desa wisata curug rahong sudah melakukan suatu kegiatan strategi komunikasi dengan efektif dan efisien, pengelola desa wisata curug rahong sudah melakukan sebuah analisis *internal* pemilihan strategi komunikasi yang digunakan, menciptakan suatu hubungan yang erat dengan klien perlu dilakukannya suatu komunikasi yang konstan dan terus menerus. Untuk pengembangan strategi komunikasi pemasaran.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Komunikasi Pemasaran

# MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF TOURISM VILLAGE IN PANDEGLANG BANTEN DISTRICT (STUDY ON CURUG RAHONG TOURISM MARKETING VILLAGE IN PANDEGLANG BANTEN DISTRICT)

ALFONSIUS

## *Abstract*

*This research was made based on the background of the increasing needs of the people of Indonesia for tourism activities that are increasingly large, the increase will lead to a domino effect. The purpose of this study was to find out how the marketing communication strategy undertaken by the curug rahong tourism village manager to increase tourist visits. The research method used is a qualitative type with descriptive study analysis. Data collection through in-depth interviews, observation, and documentation. The main concept used is marketing communication strategy. The results of this study indicate that the manager of the curug rahong tourism village carries out a marketing communication strategy by prioritizing the interactive / internet marketing mix, personal selling, sales promotion, and public relations. In planning the marketing communication strategy the manager of Curug Rahong Tourism Village applies a plan based on distinctive competence. The researcher also concluded that the manager of the Rahong Curug tourism village had carried out an effective and efficient communication strategy activity, the manager of the Curug Rahong tourism village had carried out an internal analysis of the selection of the communication strategy used, creating a close relationship with the client. continuously. For the development of marketing communication strategies.*

**Keywords:** *Strategy Marketing Communication, Event, Marketing Communication Mix*



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .vi	
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN).....	vi
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN (STUDI PADA BIDANG PEMASARAN DESA WISATA CURUG RAHONG DI KABUPATEN PANDEGLANG BANTEN).....	vii
Abstrak .....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Signifikasi Penelitian.....	1
1.2    Fokus Penelitian .....	5
1.3    Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4    Tujuan Penelitian.....	5
1.5    Manfaat Penelitian .....	5
1.5.1 Manfaat Akademis.....	5
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6    Sistematika Penelitian.....	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Konsep-Konsep Penelitian .....	12
2.2.1. Strategi Pemasaran .....	12
2.2.2. Strategi & Hierarki Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.3. Kegunaan Komunikasi Pemasaran Langsung dan Tidak Langsung .....	15
2.2.4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	16
2.2.5. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.6. Desa Wisata .....	22

2.2.7. Tujuan dan Fungsi Desa Wisata.....	22
<b>2.2.8. Pengertian Wisatawan</b> .....	23
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Metode Pengumpulan Data .....	25
<b>3.1.1 Data Primer</b> .....	26
<b>3.1.2 Data Sekunder</b> .....	28
3.2 Penentuan Key Informan & Informan .....	29
3.3 Teknik Analisis Data.....	29
3.4 Teknik Keabsahan Data .....	32
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	36
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.4.1 Desa Wisata Curug Rahong .....	37
4.4.2 Data Situasi Desa .....	37
4.4.2.1. <i>Batas Wilayah</i> .....	37
4.4.2.3 <i>Iklim</i> .....	38
<b>4.1.2.4 Orbitasi</b> .....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	40
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dijalankan Oleh pengelola desa wisata curug rahong .....	42
4.2.2 Strategi Pemasaran Desa Wisata Curug Rahong .....	47
4.2.3 Kendala dan Tantangan pengelola desa wisata curug rahong Dalam Meningkatkan pemasaran desa wisata curug rahong .....	54
<b>BAB V</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	57
5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	59
<b>Transkripsi Wawancara</b> .....	64
<b>Catatan Observasi</b> .....	73

## Daftar Tabel

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2 Tahap Pembuatan Proposal Skripsi .....	36

## Daftar Gambar

GAMBAR 1.....	30
---------------	----

## Daftar Lampiran

LAMPIRAN A 1 Transkrip Wawancara .....	62
--	----