

STRATEGI PUBLIC RELATIONS TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

HANAN KHALIS

NIM : 2017071009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS TAMAN BALEKAMBANG
SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN**

Disusun Oleh :

HANAN KHALIS

NIM. 2017071009

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
Pada tanggal 20 Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,

M.Hum

NIDN. 0628108301

Pembimbing II



Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP.,

M.I.Kom

NIDN. 0628108001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

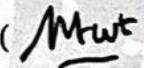
LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PUBLIC RELATIONS TAMAN BALEKAMBANG
SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN

Disusun Oleh :
HANAN KHALIS
NIM. 2017071009

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni
Universitas Sahid Surakarta
Pada hari Selasa, Tanggal 20 Juni 2023

Dewan Penguji

1. Penguji 1 : Dr. Rahmat Wisudawanto,
S.S., M.Hum
2. Penguji 2 : Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP.,
M.I.Kom
3. Penguji 3 : Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom

()

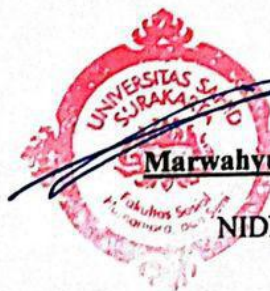
()

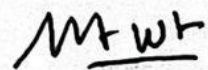
()

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora, dan
Seni

Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi


Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP
NIDN. 060710713


Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,
M.Hum
NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Hanan Khalis

NIM : 2017071009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis tercantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 20 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPEL
10000
7CAKX5375418

Hanan Khalis

NIM. 2017071009

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hanan Khalis

NIM : 2017071009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-eksklusive Royalti Free Right*) atas Skripsi/Laporan penelitian saya yang berjudul : STRATEGI PUBLIC RELATIONS TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN

Beserta instrument/desain/perangkat/ (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pengakalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai *co-author* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Surakarta

Pada tanggal 20 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



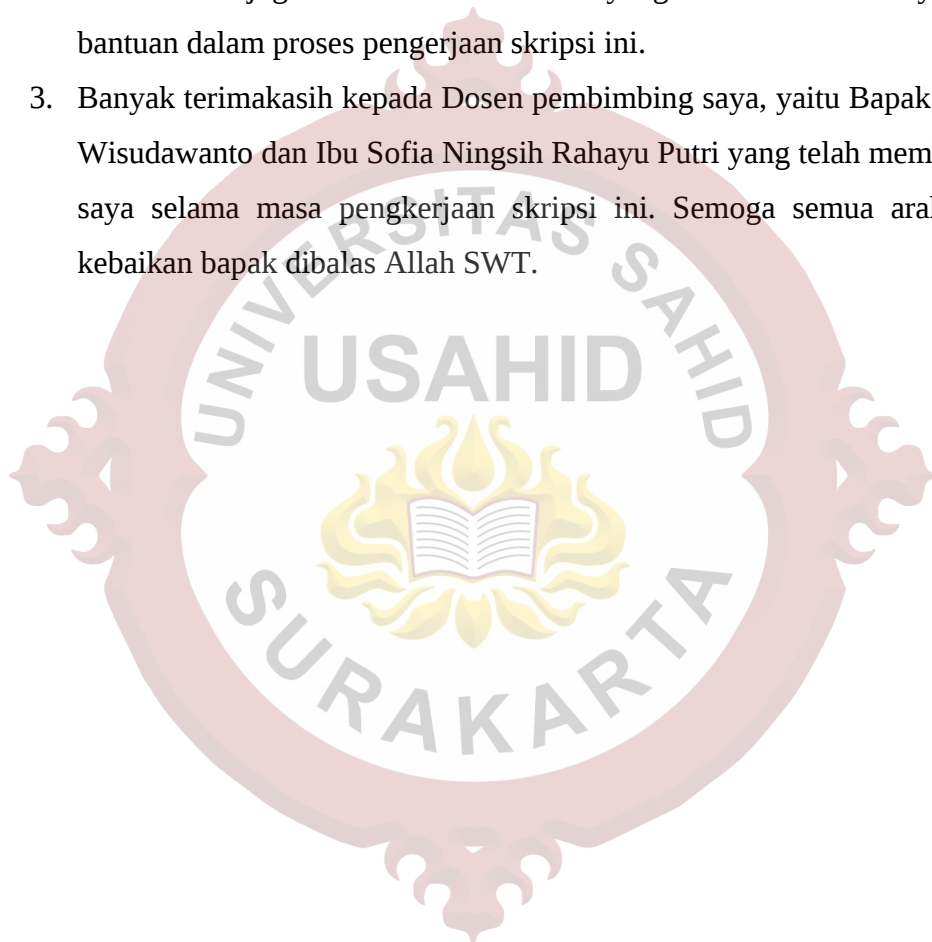
Hanan Khalis

NIM. 2017071009

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk abah, dan mama yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat, serta doa terbaik kepada anaknya. Sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya.
2. Terimakasih juga teruntuk teman-teman yang sudah berkenan saya mintai bantuan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
3. Banyak terimakasih kepada Dosen pembimbing saya, yaitu Bapak Rahmat Wisudawanto dan Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri yang telah membimbing saya selama masa pengerjaan skripsi ini. Semoga semua arahan dan kebaikan bapak dibalas Allah SWT.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS TAMAN BALEKAMBANG SURAKARTA DALAM MENARIK MINAT WISATAWAN**. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Gelar Strata Satu Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa begitu banyak pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, kasih sayang, dan ketulusannya dalam mendampingi penulis.
3. Ibu Sri Nuning Anwariningsih, S.T., M.Kom. Rektor Universitas Sahid Surakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk studi di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom, Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni, dan kerja sama yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Destina Paningrum, S.E., M.M, Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
6. Bapak Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
7. Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta motivasi kepada penulis.

8. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta motivasi kepada penulis.
9. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta dan dosen pembimbing I yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam Menyusun skripsi ini.
10. Bapak Sumeh, S.E., M.Si selaku Kepala Unit Pelaksana Teknis Kawasan Wisata Taman Balekambang yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian tugas akhir di Taman Balekambang Surakarta.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik serta saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di kemudian hari.

Dengan ini, penulis harapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan baru untuk penulis dan orang lain.

Surakarta, 20 Juni 2023
Penulis



Hanan Khalis
2017071009

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
ORISINALITAS KARYA ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Deskripsi Teori.....	7
2.2.1 Public Relations	7
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	7
b. Tujuan Public Relations	8
c. Tugas Public Relations.....	8
d. Strategi <i>Public Relations</i>	8
e. Proses Strategi <i>Public Relations</i>	9

f.	Jenis-jenis Strategi <i>Public Relations</i>	10
g.	Media <i>Public Relations</i>	11
2.2.2	Wisatawan	12
a.	Pengertian Wisatawan	12
b.	Jenis dan Macam Wisatawan	12
2.3	Kerangka Pikir	14
BAB III		16
METODE PENELITIAN		16
3.1	Jenis Penelitian	16
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	16
3.3	Informan Penelitian	16
3.4	Teknik Pengumpulan Data	16
3.5	Teknik Analisa Data	17
BAB IV		20
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		20
4.1	Deskripsi Lokasi	20
4.1.1	Sejarah Singkat Taman Balekambang	20
4.1.2	Visi dan Misi	22
4.1.3	Struktur Organisasi	22
4.2	Strategi Humas Taman Balekambang	23
4.2.1	Publikasi (<i>Publication</i>)	23
4.2.2	Acara (<i>Event</i>)	27
4.2.3	Pesan/Berita (<i>News</i>)	28
4.2.4	Citra Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	29
4.2.5	Hubungan dengan Khalayak (<i>Community Involvement</i>)	31
4.2.6	Teknik Lobby dan Negosiasi (<i>Lobbying and Negotiation</i>)	32
4.2.7	<i>Corporate Social Responsibility</i> atau CSR	33
4.3	Analisis SWOT	34
BAB V		43
5.1	Kesimpulan	43
5.2	Saran	43

DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis	7
Tabel 4.1 Analisis SWOT strategi <i>Public Relation</i> Taman Wisata Balekambang ...	
.....	40



DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Pengelola Taman Balekambang Surakarta	22
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Publikasi Taman Wisata Balekambang Pada Platform Media Sosial Youtube dan Instagram	23
Gambar 4.2 Merupakan cara Humas mempromosikan pameran dan event yang ada di Taman Balekambang.....	28
Gambar 4.3 Berita mengenai Taman Wisata Balekambang di salah satu televisi nasional	29



ABSTRAK

Strategi *Public Relations* Taman Balekambang Surakarta Dalam Menarik Minat Wisatawan. HANAN KHALIS. 2017071009.

Taman Wisata Balekambang merupakan suatu objek destinasi wisata yang berbasis kebudayaan, taman hiburan, dan rekreasi taman terbuka hijau yang terletak di Kota Surakarta, Jawa Tengah. Sebagai salah satu objek wisata, Taman Wisata Balekambang perlu menarik lebih banyak minat pengunjung guna mendapatkan pemasukan dan keuntungan. Dalam menaikkan daya tarik wisatanya, manajemen pengelola Taman Wisata Balekambang menerapkan strategi promosi melalui media sosial dan pendekatan lainnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data berbasis metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* yang dilakukan oleh pengembang Taman Wisata Balekambang, Surakarta, menggunakan pendekatan 7 (tujuh) kegiatan, yakni melalui publikasi (*publications*), acara (*events*), berita (*news*), citra perusahaan (*corporate identity*), hubungan dengan khalayak (*community involvement*), lobby dan negosiasi (*lobby and negotiations*), serta CSR atau *Corporate Social Responsibility*. Keseluruhan metode tersebut dinilai cukup efektif untuk mendapatkan respon positif dari masyarakat selaku pengunjung taman wisata, hanya saja dalam penerapannya perlu lebih banyak pengembangan dan penyesuaian guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal dengan langkah yang efektif dan efisien.

Kata Kunci: *Strategi; Public Relations; Taman Wisata; Balekambang Surakarta.*

ABSTRACT

Public Relations Strategy of Balekambang Surakarta Park in Attracting Tourist Interest.

HANAN KHALIS. 2017071009.

Balekambang Tourism Park is a culture-based tourist destination, amusement park, and recreation object in Surakarta, Central Java. As a tourist attraction, Balekambang Tourism Park needs to attract more visitors to get benefits. In increasing its tourist attractiveness, the management of Balekambang Tourism Park implements a promotional strategy through social media and other strategies. This study used a descriptive qualitative research method with data collection based on observation, interviews, and documentation.

The results show that the public relations strategy carried out by the Balekambang Tourism Park Surakarta developer is 7 (seven) activities, namely publications, events, news, corporate image, community involvement, lobbying and negotiations, and CSR or Corporate Social Responsibility. The whole method is considered effective enough to get a positive response from the community as visitors to the tourist park. However, its application needs more development and adjustments to get maximum results with effective and efficient steps.

Keywords: Strategy; Public Relations; Tourism Park; Balekambang Surakarta.

