

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WADUK CENGKLIK PARK

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

CALVIN NANDA NUGRAHA
NIM. 2017071007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2022

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU WADUK CENGKLIK PARK BOYOLALI JAWA TENGAH

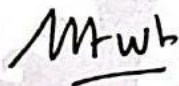
Disusun Oleh :

Calvin Nanda Nugraha

NIM. 2017071007

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

Pembimbing 1



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

NIDN. 0628108301

Pembimbing 2



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 KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU WADUK CENGKLIK PARK BOYOLALI JAWA TENGAH

Disusun Oleh :

CALVIN NANDA NUGRAHA

NIM. 2017071007

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni
Universitas Sahid Surakarta

Pada tanggal,.....

Dewan Penguji :

1. Penguji 1: Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum

NIDN. 0628108301

(*Mrwt*)

2. Penguji 2: Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP, M.I.Kom

NIDN. 0628108001

(*Sip*)

3. Penguji 3: Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0616068502

(*Retno*)

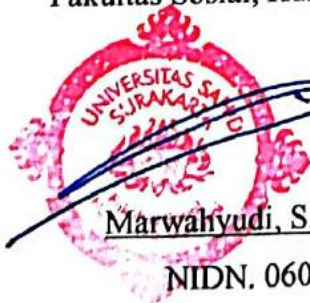
Mengetahui,

Dekan

Ketua

Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni

Program Studi Ilmu Komunikasi


Marwahyudi
Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP
NIDN. 0607107103

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

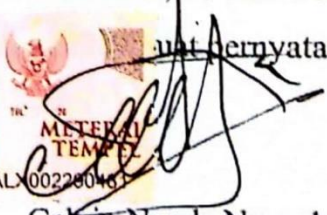
Nama : Calvin Nanda Nugraha
NIM : 2017071007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid
Surakarta.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini murni 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 dari Universitas Sahid Surakarta maupun 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.

Demikian 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-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 20 Juni 2023

 Surat pernyataan

Calvin Nanda Nugraha
NIM. 2017071007

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Calvin Nanda Nugraha
NIM : 2017071007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Noneksklusive Royalti Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU WADUK CENGKLIK PARK BOYOLALI JAWA TENGAH .

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

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

Surakarta, 20 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Calvin Nanda Nugraha

NIM. 2017071007

MOTTO

*Never gonna give you up, never gonna let you down, never gonna run around and
desert you.*

(Rick Astley- Never gonna give you up)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini Saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang selalu memberi doa dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Teman-teman saya yang telah membantu.

Serta almamater dan juga pembaca yang budiman.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas berkah dan karunia Allah SWT telah memberikan rahmat, serta senantiasa menolong dan menuntun penulis dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU WADUK CENGKLIK PARK BOYOLALI JAWA TENGAH”**. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bimbingan secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua saya yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan semangat serta doa dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sri Huning Anwarsiningsih, S.T., M.Kom., Rektor Universitas Sahid Surakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk studi di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid.
4. Ibu Destina Paningrum, SE., MM., Wakil Rektor Bidang Sumber Daya Keuangan dan Pengembangan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Universitas Sahid Surakarta.
5. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom., Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama yang telah

memberikan izin dan 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. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta dan dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, SIP, M. I.Kom, selaku Pembimbing 2 yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Ibu Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen penguji yang telah memberikan bimbingan, dukungan serta motivasi kepada penulis.
10. Terima Kasih kepada Bapak Aji Bayu Asmara selaku Humas Waduk Cengklik Park yang telah memberikan ijin penulis melaksanakan penelitian di Waduk Cengklik Park.

11. Terima kasih untuk teman satu angkatan dalam menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.

12. Terima kasih juga untuk semua pihak yang telah mendukung, tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa ada banyak hal yang perlu diperbaiki dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis membuka kritik dan masukan yang bersifat membangun untuk memperbaiki tulisan ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi bermanfaat dan dapat memberikan ilmu pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan orang lain. Terima kasih.

Surakarta, 20 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	8
2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	11
2.1.3 Strategi Komunikasi	12
2.2 Pemasaran.....	13
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.3.1 Model Komunikasi Pemasaran	17
2.4 Integrated Marketing Communication	19
2.4.1 Model Integrated Marketing Communication.....	21
2.5 Analisis SWOT	23
2.6 Penelitian Terdahulu	25
2.7 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi Penelitian	28
3.3 Jenis Data.....	29
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Validitas Data.....	30
3.7 Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Waduk Cengklik Park	33
4.1.2 Lokasi Waduk Cengklik Park.....	33
4.1.3 Logo Intansi	34
4.2 Temuan Penelitian	34
4.2.1 Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Humas Waduk Cengklik Park	34
4.3 Pembahasan Analisis SWOT.....	47
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 4. 1 Analisis SWOT.....	50



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berfikir.....	27
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Komunikasi Schramm (Mulyana, 2010:152).....	10
Gambar 2. 2 Model Komunikasi Pemasaran Sutisna (Sutisna, 2002:268)	18
Gambar 4. 1 Iklan media online Youtube Agenda Solo	35
Gambar 4. 2 Iklan media online Instagram Waduk Cengklik Park.....	36
Gambar 4. 3 Iklan media cetak Waduk Cengklik Park.....	37
Gambar 4. 4 Pemasaran Langsung melalui media online Instagaram.....	39
Gambar 4. 5 Pemasaran Langsung melalui media online Instagram Story	40
Gambar 4. 6 Promosi Penjualan melalui media online Instagram	41
Gambar 4. 7 Promosi Penjualan melalui media online Instagram Stories.....	42
Gambar 4. 8 Hubungan Masyarakat dengan GPW (Gabungan Pelaku Wisata) .	44
Gambar 4. 9 Hubungan Masyarakat dengan TK Kartika Sari 2	45
Gambar 4. 10 Penjualan Personal melalui petugas	46

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu pada Waduk Cengklik Park Boyolali Jawa Tengah. Strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan objek wisata sebagai langkah dalam menarik konsumen dan mengembangkan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif sebagai cara penelitian dalam pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi sebagai cara mengumpulkan data dan peneliti sendiri sebagai alat untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam upaya pemasaran Waduk Cengklik Park telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu. Waduk Cengklik Park memiliki kekuatan periklanan dan promosi penjualan melalui media online, yang membantu meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat pengunjung potensial. Kelemahan dalam penerapan IMC yaitu pada kurangnya fokus pada pemasaran langsung dan ketergantungan yang tinggi pada pemasaran online.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu

ABSTRACT

This study aims to determine the integrated marketing communication strategy at the Waduk Cengklik Park at Boyolali in Central Java. The integrated marketing communications strategy is a step in attracting consumers and developing the business. This research used a descriptive study method as a method of analysis in a qualitative approach. This study used interviews and observation in collecting data and the researchers themselves as tools to collect data. The results show that Waduk Cengklik Park has implemented an integrated marketing communication strategy. Waduk Cengklik Park has the power of advertising and sales promotion through online media, which increases brand awareness and attract potential visitors. Weaknesses in implementing IMC are the lack of focus on direct marketing and the high dependence on online marketing.

Keywords: Marketing Communication, Integrated Marketing Communication

