

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
DI KAMPUNG PENGOLAH DAN PENJUAL JAMU LOKTABAT (PEJABAT) KOTA BANJARBARU**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

SITI NOR KHADIJAH

2010414320027



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BANJARMASIN

2024



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Brigjen H. Hasan Basri Banjarmasin – 70123
Telp/Fax. (0511) 3304595 – (0511) 3304968 Laman : fisip.ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN
WISATAWAN DI KAMPUNG PENGOLAH DAN PENJUAL JAMU LOKTABAT
(PEJABAT) KOTA BANJARBARU

- A. Nama Mahasiswa : Siti Nor Khadijah
NIM : 2010414120005
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 100% (A) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 21 Juni 2024,
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Astinana Yulianti, S.S., M.I.Kom
NIP. 198907302019032018 ()
 - b. Sekretaris
Dr. Fahrianoor, S.I.P., M.Si
NIP. 197403132006041002 ()
 - c. Anggota
Lalita Hanief, S.Sos., M.Si
NIP. 198707122008122001 ()

Banjarmasin, 01 Juli 2024
Ketua Tim Penguji,

Astinana Yulianti, S.S., M.I.Kom
NIP. 198907302019032018

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan masukan tim penelaah/tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Banjarmasin, 25 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



SITI NOR KHADIJAH

NIM. 2010414320027

ABSTRAK

Siti Nor Khadijah, NIM 2010414320027, 2024, Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kampung Pengolah dan Penjual Jamu Loktabat (Pejabat) Kota Banjarbaru, dibawah bimbingan Astinana Yuliarti

Kampung Pengolah dan Penjual Jamu Loktabat, tempat mayoritas penduduknya bekerja sebagai pengolah dan pembuat jamu, disebut sebagai Kampung Pejabat Kota Banjarbaru. Salah satu destinasi wisata yang dapat wisatawan ketiga datang atau berkunjung ke Kota Banjarbaru adalah Kampung Pejabat. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi komunikasi pariwisata yang efektif untuk meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Kampung Pejabat Kota Banjarbaru dan untuk mengidentifikasi elemen pendukung dan penghambat dari strategi ini.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif karena tujuannya adalah untuk mendapatkan deskripsi menyeluruh tentang strategi komunikasi pariwisata yang digunakan Pokdarwis Kampung Pejabat untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi; teknik analisis data adalah perubahan, organisasi, dan analisis. Penelitian dilakukan di Kampung Pengolah dan Penjual Jamu Loktabat (Pejabat) Kota Banjarbaru, yang membutuhkan waktu kurang lebih lima bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pokdarwis Kampung Pejabat menggunakan strategi komunikasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Strategi ini termasuk menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran, menyusun pesan, dan memilih media dan saluran komunikasi. Strategi komunikasi ini dikaitkan dengan Model AIDA dan Marketing Mix.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pariwisata, Wisatawan, Kampung Pejabat

ABSTRACT

Siti Nor Khadijah, NIM 2010414320027, 2024, Tourism Communication Strategy in Increasing Tourist Visits in the Loktabat Herbal Medicine Processing and Selling Village (Official) of Banjarbaru City, under the guidance of Astinana Yuliarti

The Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers, where the majority of the population works as herbal medicine processors and makers, is called the Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers in Banjarbaru City. One of the most popular tourist destinations is Kampung Pejabat. This study aims to determine an effective tourism communication strategy to increase tourist interest in visiting the Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers in Banjarbaru City and to identify the supporting and inhibiting elements of this strategy.

This study will use a qualitative approach because the aim is to obtain a comprehensive description of the tourism communication strategy used by the Pokdarwis of the Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers to increase tourist visits. In this study, data collection techniques are observation, interviews, and documentation; data analysis techniques are change, organization, and analysis. The study was conducted in the Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers in Banjarbaru City, which took approximately five months.

The results of the study indicate that the Pokdarwis of the Village of Loktabat Herbal Medicine Processors and Sellers uses a communication strategy to increase tourist visits. This strategy includes determining communicators, determining target targets, composing messages, and selecting media and communication channels. This communication strategy is associated with the AIDA Model and Marketing Mix.

Keywords: Communication Strategy, Tourism Communication, Tourists, Kampung Pejabat

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Karunia yang dianugerahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KAMPUNG PENGOLAH DAN PENJUAL JAMU LOKTABAT (PEJABAT) KOTA BANJARBARU”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat agar dapat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Penulis sangat menyadari dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini telah mendapat banyak bimbingan, saran, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik yang penuh kesabaran dan kerendah hati telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan dan sumbangsih pemikiran dalam proses penyelesaian skripsi dan akademik.
5. Bapak Dr. Fahrianoor, M.Si., selaku dosen penguji I yang telah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi penulis untuk perbaikan skripsi ini.
6. Ibu Lalita Hanief, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritik dan saran yang bermanfaat bagi penulis untuk perbaikan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik dan banyak memberikan ilmu pengetahuan selama menjalankan masa kuliah serta terima kasih kepada seluruh staf Prodi Ilmu Komunikasi.
9. Terimakasih kepada Bapak Tarmuji selaku Ketua Pokdarwis Kampung Pengolah dan Penjual Jamu Loktabat (Pejabat), Ibu Suhasmin Alfisyah S.STP., M.Si selaku Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarbaru.
10. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda H. Abdul Syahid, S.Pd.OR dan Ibunda Hj. Fiteria Olfah, ucapan terima kasih yang tak terhingga yang telah tulus ikhlas memberikan kasih sayang, cinta, doa, perhatian, dukungan moril dan materil yang telah diberikan selama ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman saya Khairina Alfisyah, Arini Fahriani, Yusari Ridhayah, Hilma Noorlatifa, Kikis Nanda Amara, Noor Fitri, Khalil Ridwan dan Malik atas kebersamaan dan dukungannya.
12. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat angkatan 2020.
13. Serta banyak pihak lain yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
14. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini

dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Tetap bersyukur dan rendah hati.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu semoga Allah SWT memberikan kebaikan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam kelancaran penyusunan proposal skripsi ini.

Banjarmasin, 18 Juni 2024

Siti Nor Khadijah

2010414320027

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Konseptual	16
2.2.1 Komunikasi.....	16
2.2.2 Komunikasi Pariwisata.....	21
2.2.3 Strategi.....	27
2.2.4 Strategi Komunikasi	29
2.2.5 Pariwisata.....	39
2.2.6 Wisatawan.....	44
2.3 Tinjauan Teoritis	48
2.3.1 Teori Marketing Mix.....	48
2.4 Model AIDA.....	58
2.5 Kerangka Pemikiran	60
BAB III.....	62
METODE PENELITIAN.....	62

3.1	Pendekatan Penelitian	62
3.2	Jenis Penelitian	62
3.3	Objek Penelitian	63
3.4	Informan Penelitian.....	63
3.5	Sumber Data	65
3.6	Teknik Pengumpulan Data	66
3.7	Teknik Analisis Data	68
3.8	Triangulasi Data.....	69
3.1	Lokasi Penelitian	72
BAB IV		73
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Gambaran Umum	73
4.1.1	Kelompok Sadar Wisata Kampung Pejabat.....	73
4.1.2	Visi, Misi dan Tugas Pokok Kelompok Sadar Wisata Kampung Pejabat	77
4.1.3	Program Kerja Kelompok Sadar Wisata Kampung Pejabat	78
4.1.4	Struktur Anggota Kelompok Sadar Wisata Kampung Pejabat.....	79
4.2	Hasil Penelitian.....	80
4.2.1	Menetapkan Komunikator	83
4.2.2	Menetapkan Target Sasaran.....	87
4.2.3	Menyusun Pesan	90
4.2.4	Memilih Media dan Saluran Komunikasi.....	93
4.3	Pembahasan	102
4.3.1	Menetapkan Komunikator	108
4.3.2	Menetapkan Target Sasaran.....	111
4.3.3	Menyusun Pesan	113
4.3.4	Memilih Media dan Saluran Komunikasi.....	118
4.3.5	Faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.	122
4.3.6	Keterkaitan model AIDA.....	125
4.3.7	Keterkaitan Marketing Mix	130
BAB V.....		139
PENUTUP.....		139

5.1	Kesimpulan.....	139
5.2	Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....		142

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan Kampung Pejabat pada tahun 2017-2022	5
Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis	14
Tabel 2. 2 Marketing Mix dalam Pemasaran Pariwisata Produk dan Kemitraan	50
Tabel 2. 3 Model AIDA.....	59
Tabel 3. 1 Informan Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Daftar Tempat Wisata di Kota Banjarbaru	2
Gambar 1 2 Tampilan para pengunjung Kampung Pejabat.....	4
Gambar 4. 1 Destinasi Kota Banjarbaru	75
Gambar 4. 2 Kunjungan Wisatawan Kampung Pejabat	88
Gambar 4. 3 Pesan Kampung Pejabat.....	92
Gambar 4. 4 Liputan atau pemberitahuan Kampung Pejabat pada Media Elektronik	96
Gambar 4. 5 Liputan Net 12.....	97
Gambar 4. 6 Liputan INews Kalsel	98
Gambar 4. 7 Media Sosial yang digunakan Kampung Pejabat	101
Gambar 4. 8 E-Flyer Travel Agent	106
Gambar 4. 9 Gambar Produk Jamu yang Dijual.....	131