

SKRIPSI
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GALERI KEMBANG ILUNG
DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI DESA BANYU HIRANG
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



ARSYA ARIYANA

2210414320048

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GALERI KEMBANG ILUNG DALAM
MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI DESA BANYU HIRANG KABUPATEN
HULU SUNGAI UTARA

- A. Nama Mahasiswa : Arsyia Ariyana
NIM : 2210414320048
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~A~~ (80/100) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 15 Juni 2026
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Dr. Siswanto, S.Sos., M.SI
NIP. 197610052008121002 ()
 - b. Sekretaris
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 197805212008121002 ()
 - c. Anggota
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A
NIP. 198911282020121011 ()

Banjarmasin, 27 Juli 2026
Ketua Tim Penguji,



Dr. Siswanto, S.Sos., M.SI
NIP. 197610052008121002

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM


Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP. 197104201999031001


LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan:

Bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang Ilung dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Banyu Hiran Kabupaten Hulu Sungai Utara" adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian peneliti bukan hasil plagiasi. Adapun bagian dalam penelitian ini yang merupakan acuan karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain telah dicantumkan secara tertulis dengan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,



Arsya Ariyana

NIM. 2210414320048



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu Tujuh Belas Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1735/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 5 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Arsyia Ariyana
NIM : 2210414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang Ilung Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.30 s/d selesai
Nilai : 80,94 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

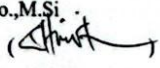
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 17 Juni 2026

Tim Penguji,

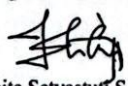
Mahasiswa yang diuji,


Arsyia Ariyana

1. Ketua : Dr.Siswanto.,M.Si.

2. Sekretaris : Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom
()
3. Anggota : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.


Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti,S.IP.,M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Arsyia Ariyana
NIM : 2210414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang Ilung
Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Banyu Hirang
Kabupaten Hulu Sungai Utara

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr.Siswanto.,M.Si	83	
2.	Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom	80	
3.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	81	
Jumlah		244	
Nilai Rata-rata		81,33	Nilai Akhir = 80,94 (A)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 17 Juni 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1735/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Dr. Siswanto, S.Sos, M.Si
2. Sarwani, S.Sos, M.Med.Kom
3. Muhammad Nizar Hidayat, MA

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Arsyia Ariyana
NIM : 2210414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang
Ilung Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa
Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 17 Juni 2026
J a m : 09.30 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 5 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang mana atas berkah serta kebaikan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GALERI KEMBANG ILUNG DALAM MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI DESA BANYU HIRANG KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”**

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari adanya ketidaksempurnaan dipenyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini pun tidak lepas dari bimbingan serta masukan dari berbagai pihak terutama kepada bapak Dr. Siswanto Rawali M., SI selaku dosen pembimbing penulis yang tentunya telah memberikan pemikiran, arahan, serta masukan. Penulis ucapkan terimakasih banyak kepada bapak Dr. Siswanto Rawali M., SI karena selama ini sudah membimbing peneliti dengan sabar, memberikan waktu dan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat berharap semoga segala kebaikan, keberkahan, kesehatan dan kemudahan selalu menyertai beliau dalam menjalankan semua aktivitas. Selain itu, pada kesempatan kali ini penulis pun ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku ketua jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan masukan selama menjalani perkuliahan.
5. Segenap Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berguna selama perkuliahan berlangsung.
6. Yang paling terutama kepada ayahanda penulis yaitu Alm. Ahmad Bayhaki Bamayi sosok yang selalu penulis rindukan. Walau beliau sudah tidak ada lagi dan tidak bisa menyaksikan secara langsung semua perjalanan hidup penulis tapi disini penulis akan selalu mengucapkan kalimat terimakasih banyak atas segalanya yang sudah diberikan kepada penulis dan beribu banyak kata maaf karena bisa jadi penulis belum bisa membanggakan ayah. Penulis berjanji kepada dirinya ia akan selalu berusaha sebaik mungkin. jatuh bangun akan ia hadapi tanpa keluhan sedikitpun. Sekarang ia tumbuh menjadi anak yang selalu berusaha memahami kehidupan agar tidak pernah merepoti siapapun dalam hidupnya. begitu banyak kebingungan yang dihadapi serta tidak terbiasa dalam mengungkapkan sesuatu memaksa dirinya untuk terus menahan, mengalah dan tidak meminta banyak hal. Di kehidupan yang satu kali ini, penulis dengan beribu harapan bermimpi agar bisa menjadi orang yang menebar kebaikan dan membanggakan dirinya sendiri agar ayah dapat melihat dari kejauhan dengan penuh kebahagiaan tanpa perlu mengkhawatirkan diri penulis.

7. Ibunda tercinta penulis yang selalu menjadi penyemangat dan sandaran disaat penulis meragukan diri sendiri dan akhirnya bisa menyelesaikan penelitian ini. Teruntuk ibu yang tidak pernah henti-hentinya mendoakan dalam tiap sujudnya sehingga semua keberkahan doa itu pun menyelimuti penulis agar tidak gampang menyerah. *She will always be my biggest motivation to keep going no matter what happens.* Bahkan segala ucapan terimakasih pun tidak akan mampu penulis ucapkan untuk ibu mengingat betapa besarnya kasih sayang, pengorbanan, serta doa yang selalu ibu berikan kepada penulis. Maka, melalui tulisan inilah penulis hanya mampu untuk memohon doa kepada Allah SWT. *“Wahai Tuhan pencipta langit dan bumi, Engkaulah pelindungku di dunia dan di akhirat kelak maka lindungilah ibuku dengan segala kasih sayang-Mu. Ampunilah segala dosanya, tenangkan pikirannya dan panjangkan umurnya dalam kesehatan serta iman kepada-Mu.”*
8. Seluruh teman-teman yang tentunya tidak bisa di tulis satu persatu namanya tapi segala kebaikan mereka akan selalu penulis ingat. Terimakasih kepada teman teman yang selalu memberikan semangat, dukungan dan mendengarkan segalanya untuk penulis agar secepatnya menyelesaikan penelitian.
9. Seluruh teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 yang selalu berbagi informasi, saran, dan semangat kepada saya saat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terakhir, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada sosok yang selama ini selalu berjuang tanpa henti walaupun banyak sekali keraguan dan kesulitan yang mendatangnya. Terimakasih banyak kepada Arsyia Ariyana,

yaitu diri saya sendiri. Terimakasih karena sudah tetap berjuang selama ini dan tidak pernah menyerah sedikit pun. Semoga Allah selalu memberkahi hidup kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Dengan begitu, penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun untuk memperbaiki kekurangan dari skripsi ini.

Banjarmasin, 10 Juni 2026

Arsya Ariyana

ABSTRAK

Arsya Ariyana, 2210414320048, 2026, Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang Ilung dalam Meningkatkan Kunjungan di Desa Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara, Di bimbing oleh Siswanto Rawali

Galeri Kembang Ilung merupakan objek wisata berbasis kerajinan tangan yang berlokasi di Desa Banyu Hirang, Kecamatan Amuntai Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan. Meskipun memiliki potensi budaya yang cukup besar jumlah pengunjung galeri ini masih tergolong rendah. Rendahnya jumlah kunjungan tersebut dikarenakan belum optimalnya strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pengelola galeri sehingga masih banyak yang tidak mengetahui keberadaan objek wisata ini. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan serta faktor penghambat oleh Galeri Kembang Ilung dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Galeri Kembang Ilung menerapkan kelima elemen Marketing Communication Mix. Namun, berdasarkan analisis terhadap semua elemen penerapannya belum berjalan optimal. Periklanan dilakukan melalui media sosial serta banner, brosur dan baliho tetapi belum dikelola secara konsisten. Penjualan pribadi melalui interaksi langsung antara pengelola, pengrajin dan pengunjung. promosi penjualan melalui kegiatan pameran dan expo tahunan. hubungan masyarakat melalui kerja sama dengan pemerintah daerah dan liputan. serta pemasaran langsung melalui pemanfaatan nomor telepon, email, whatsapp dan website sebagai sarana komunikasi. Ketidakefektifan pelaksanaan dipengaruhi oleh beberapa faktor penghambat yaitu pengelolaan media sosial yang tidak konsisten, rendahnya tingkat awareness masyarakat dan keterbatasan sumber daya manusia.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Communication Mix, Objek Wisata, Galeri Kembang Ilung

ABSTRACT

Arsya Ariyana, 2210414320048, 2026, Marketing Communication Strategy of Kembang Ilung Gallery in Increasing Visits in Banyu Hiran Village, North Hulu Sungai Regency, Guided by Siswanto Rawali

Kembang Ilung Gallery is a handicraft-based tourist attraction located in Banyu Hiran Village, South Amuntai District, North Hulu Sungai Regency, South Kalimantan. Although gallery has strong cultural potential, the number of visitors remains relatively low due to the marketing communication strategy not being implemented optimally. As a result, many people are still unaware of the existence of this tourist destination. This study to identify the marketing communication strategies applied by the gallery and the inhibiting factors affecting efforts to increase visitor numbers

This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data collection techniques are carried out through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques are carried out through data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawn.

The results of the study show that Galeri Kembang Ilung applies the five elements of Marketing Communication Mix. However, based on an analysis of all elements of its implementation, it has not run optimally. Advertising is done through social media as well as banners, brochures and billboards but has not been managed consistently. Private sales through direct interaction between managers, artisans and visitors. Sales promotion through annual exhibitions and expos. public relations through cooperation with local governments and coverage. and direct marketing through the use of phone numbers, emails, whatsapp and websites as a means of communication. The non-optimal implementation is influenced by several inhibiting factors, namely inconsistent social media management, low levels of public awareness and limited human resources.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Marketing Communication Mix, Tourist Attractions, Kembang Ilung Gallery

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Masalah	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Sejenis.....	11
2.2 Tinjauan Konseptual	19
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.3 Pariwisata	32
2.2.4 Objek Wisata.....	33
2.2.5 Wisatawan dan Pengunjung.....	33
2.3 Tinjauan Teoritis.....	35
2.4 Kerangka Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Tipe Penelitian.....	46
3.3 Lokasi Penelitian	46
3.3.1 Data Primer	46
3.3.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47

3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.7 Informan Penelitian	50
3.8 Triangulasi Data.....	50
3.8.1 Triangulasi Teknik	50
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	53
4.1.1 Kabupaten Hulu Sungai Utara	53
4.1.2 Desa Banyu Hirang	55
4.1.3 Galeri Kembang Ilung.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Galeri Kembang Ilung dalam meningkatkan pengunjung di Desa Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara	60
4.2.2 Penerapan <i>Marketing Communication Mix</i> Pada Galeri Kembang Ilung Dalam Meningkatkan Pengunjung.....	62
4.2.3 Faktor Penghambat Galeri Kembang Ilung dalam meningkatkan pengunjung di Desa Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara.....	76
4.2.4 Hasil Rekapitulasi Data Penelitian.....	79
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 Penerapan <i>Marketing Communication Mix</i> Pada Galeri Kembang Ilung Dalam Meningkatkan Pengunjung	84
4.3.2 Faktor Penghambat Galeri Kembang Ilung dalam meningkatkan pengunjung di Desa Banyu Hirang Kabupaten Hulu Sungai Utara.....	95
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN WAWANCARA.....	113
LAMPIRAN DOKUMENTASI	167

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis	17
Tabel 4.1 Luas Kecamatan di Kabupeten Hulu Sungai Utara	48
Tabel 4.2 Rekapitulasi Data	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Galeri Kembang Ilung	2
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Berdasarkan Kabupaten/Kota di Kalimantan Selatan	3
Gambar 2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	36
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	37
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik.....	44
Gambar 3.2 Triangulasi Informan	45
Gambar 4.1 Produk Kerajinan Tangan Galeri Kembang Ilung.....	57
Gambar 4.2 Dokumentasi di objek wisata Galeri Kembang Ilung serta pemandangan yang disajikan	62
Gambar 4.3 Media sosial yang digunakan oleh Galeri Kembang Ilung.....	64
Gambar 4.4 Periklanan di media sosial Galeri Kembang Ilung	65
Gambar 4.5 Expo Kabupaten Hulu Sungai Utara 2026.....	69
Gambar 4. 6 Kegiatan Pengelola Galeri Kembang Ilung	70
Gambar 4.7 Liputan mengenai Galeri Kembang Ilung di Banjarmasin Post	71
Gambar 4.8 Kegiatan yang dilaksanakan Galeri Kembang Ilung	72
Gambar 4.9 Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat.....	73
Gambar 4.10 Media Direct Marketing Galeri Kembang Ilung	75