

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DESA WISATA EDEIWEIS WONOKITRI
DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(Studi Kasus Pada Divisi Marketing Desa Wisata Edelweiss Wonokitri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh :

Agata Auditya Putra

(201910040311379)

Dosen Pembimbing:

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

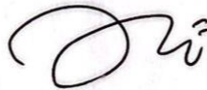
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA EDELWEISS
WONOKITRI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
(Studi Kasus Pada Divisi Marketing Desa Wisata Edelweiss Wonokitri)**

Diajukan Oleh :

Agata Auditya Putra
201910040311379

Telah disetujui
Rabu / 22 Mei /2024

Pembimbing I



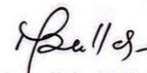
Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Nur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Agata Auditva Putra
201910040311379

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S

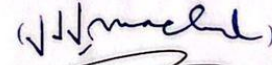


Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S I) Ilmu Komunikasi

Rabu, 22 Mei 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Prof.Dr.Muslimin Machmud,M.Si
2. Nurudin,M.Si
3. Arum Martikasari,M.Med.Kom

()
()
()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Nasiruddin Khasan Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Agata Auditya Putra
NIM : 201910040311379
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan

Disetujui,
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 464 315

Kampus II

Jl. Firdausy No 100 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 464 315

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 464 315
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
JHAMMADYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2022

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Agata Auditya Putra
No. Induk Mahasiswa : 201910040311379
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss dalam Meningkatkan Minat Wisatawan

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 21 Maret 2023
Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.
Med.Kom



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 551 253 (Gedung)

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 551 140 (Gedung)

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Agata Auditya Putra
NIM : 201910040311379
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 10 (Sepuluh) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 21 Maret 2023

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bangsal 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 41 53 45 1 (Umum)
F. +62 41 53 43 1

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 41 53 45 1 (Umum)
F. +62 41 53 43 1

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 463 319 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Agata Auditya Putra

NIM : 201910040311379



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss Wonokitri Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Maret 2023


3CD77ALX115308856
Agata Auditya Putra



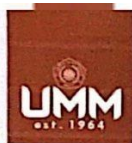
Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 551 253 (Fax)

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 551 149 (Fax)

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 24B Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 464 335
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss
Wonokitri Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan

Oleh:

Nama : Agata Auditya Putra

NIM : 201910040311379

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 21 Maret 2024
Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M.Med.Kom

NIP. 151224031987



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Bondung 1 Malang, Jawa Timur
Telp: (021) 850.200 (Hunting)
F: (021) 850.435

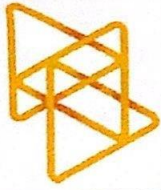
Kampus II

Jl. Bendungan Sidamu No 180 Malang, Jawa Timur
Telp: (021) 851.140 (Hunting)
F: (021) 851.423

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
Telp: +62 341 454 310 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Agata Auditya Putra

NIM : 201910040311379

Hasil Plagiasi : 30/4 8/1

BAB I	52	13		
BAB II	56	2		
BAB III	30	14		

30/4 8/1

BAB IV	28	5		
BAB V	15			
BAB VI	14			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 30 April 2024
Admin Plagiasi Prodi,


M. Dasuki









BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agata Auditya Putra
NIM : 201910040311379
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss Wonokitri
Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan
Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

Kronologi Bimbingan

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I
5 November 2022	ACC Judul Skripsi	
14 Januari 2023	ACC Bab 1,2,3	
19 Januari 2023	ACC Seminar Proposal	
3 Maret 2023	ACC Penelitian	
20 Juni 2024	ACC Bab 4,5,6	
27 Februari 2024	Acc Seminar Hasil Skripsi	

Malang, 21 Maret 2024
Dosen Pembimbing,


Arum Martikasari, M.Med.Kom

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Telah dilaksanakan Seminar Hasil pada Jumat, 8 Maret 2024 oleh:

Nama lengkap : Agata Auditya Putra
NIM : 201910040311379
Konsentrasi Studi : Ilmu Komunikasi, Jurusan Public Relations
Via : Zoom

No	Nama	NIM	Fakultas/Jurusan
1	Dian Mardlia Naillun Naja	202210050311116	FISIP/Ilmu Pemerintah
2	M. Aufangga Adis Sanjaya	201910040311420	FISIP/Ilmu Komunikasi
3	Rama Duta Abdullah	201910040311071	FISIP/Ilmu Komunikasi
4	Satria putra bimantara	201910040311373	FISIP/Ilmu Komunikasi
5	Muh Sabili Fikri	201910040311415	FISIP/Ilmu Komunikasi
6	Iffan Kurniawan	201910040311371	FISIP/Ilmu Komunikasi
7	Merza Wahyu Islami	201910040311413	FISIP/Ilmu Komunikasi
8	Asep Saifulloh	201910040311372	FISIP/Ilmu Komunikasi
9	Novi Dwi Ramadhan	201910040311402	FISIP/Ilmu Komunikasi
10	Gagas Akbar Hafidan	201910040311378	FISIP/Ilmu Komunikasi

Mengetahui,

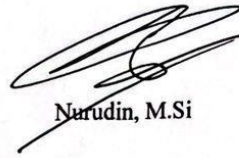
Malang, 21 Maret 2024

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dosen Penguji



Nurudin, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos., M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Kami panjatkan puji syukur atas kehadiratNya, sholawat serta salam kami sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss Dalam meningkatkan Minat Wisatawan). Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama proses menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah selalu memberikan kesehatan, rejeki, ketabahan hati dan kemudahan kepada peneliti sehingga bisa bertanggung jawab dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi untuk mendapatkan gelar Sarjana -1 (S1). Semoga ilmu yang telah didapat peneliti dapat bermanfaat bagi orang lain.
2. Bapak dan Ibu tercinta, Makhin Ridianto, dan Sri Indayani, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk nasehat serta kata kata yang sering dilontarkan “*kamu pasti bisa, jangan lupa libatkan Allah SWT dalam keadaan apapun. Tetap Semangat*”. serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis.
3. Bapak Prof.Dr. Nazaruddin Malik, M.S.i selaku Rektorat Universitas Muhammadiyah Malang. Bapak Prof. H. Muslimin Machmud, M. Si Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMM, Bapak Nasrullah, M.Si selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi UMM.
4. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar membantu, mengarahkan, membimbing, dan meluangkan banyak waktu sehingga saya dapat menyelesaikan dan memperoleh gelar sarjana.
5. Ibu Winda Hardyanti, M.S.i selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir.
6. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran serta bimbingan yang sangat berguna dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Segenap dosen, karyawan, staff Ilmu Komunikasi dan administrasi yang telah memberikan pengetahuan beserta sarannya.

8. Kepada teman seperjuangan saya dari awal hingga akhir perkuliahan yang mau menerima saya bagaimanapun sikap dan moral saya yaitu: Asep, Alif, Iffan, Najih, Rama, Satria, Sabili, Merza, Gagas, Vinny, dan Sarah ali yang selalu memberikan bantuan dalam hal apapun.
9. Kepada Teman-Teman Fakultas Ilmu sosial dan Politik angkatan 19 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan. *See you on top, guys.*
10. Terimakasih kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, yang dulu pernah menemani saya dalam keadaan apapun serta memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini, walaupun pada akhirnya ia tidak mampu menemani proses penulis hingga tugas akhir ini selesai.
11. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Akhirnya saya dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulisan ini. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna dalam penulisan skripsi, Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga apa yang disajikan dalam karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Malang, 14 Mei 2024

Agata Auditya Putra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI	ii
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	v
LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI	vi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	vii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Komunikasi	5
2.2. Komunikasi Pemasaran	6
2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2.3.1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2.3.2. Macam-Macam Strategi Komunikasi Pemasaran	8
1. Pull Strategy (Membujuk).....	8
2. Push Strategy (Mendorong)	10
3. Pass Strategy (Mempengaruhi)	12
2.3.3. Bauran Pemasaran (Marketing MIX).....	13
1. Product (Produk)	14
2. Price (Harga)	16
3. Place (Distribusi).....	17
4. Promosi (promotion)	18
2.4. Kunjungan Wisatawan	19
1. Obiek wisata.....	20
2. Fasilitas Objek Wisata	20
3. Promosi	20
4. Harga.....	21
2.5. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1. Paradigma Penelitian.....	25
3.2. Jenis Penelitian.....	25
3.3. Tipe dan Dasar Penelitian	25

3.4. Waktu dan Tempat Penelitian.....	26
3.5. Subjek Penelitian.....	26
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1. Wawancara.....	27
2. Observasi.....	28
3. Dokumentasi	28
3.7. Teknik Analisis Data.....	28
3.8. Uji Keabsahan Data	29
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	31
4.1. Profil Desa Wisata Edelweiss Wonokitri.....	31
4.2. Sejarah Desa Edelweiss Wonokitri	32
4.3. Fasilitas dan Sarana Budidaya Tanaman Edelweiss	33
4.3.1 Tugas dan Fungsi struktur jabatan Desa Wisata Edelweiss	33
a. Ketua Operasional.....	33
b. Manager.....	34
c. Divisi marketing.....	34
d. Divisi Pelayanan.....	35
4.4. Profil Subjek Penelitian	35
Bab V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
5.1 Analisis Marketing Mix 4P.....	38
5.1.1. <i>Product</i> atau Produk.....	38
5.1.2. <i>Price</i> atau Harga.....	41
5.1.3. <i>Place</i> (Distribusi)	43
5.1.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	47
5.2 Penerapan Pull Strategi Sebagai Bentuk Promosi Desa Wisata Edelweiss	48
5.2.1 Aktivitas Media Sosial Instagram.....	48
5.2.2 <i>Word of mouth</i> atau Mulut ke Mulut.....	50
BAB VI PENUTUP	54
6.1 Kesimpulan	54
6.2 Saran..	55
6.2.1 Saran Akademis	55
6.2.2 Saran Praktis	55
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	13
Gambar 4.1 Pintu Masuk Taman Edelweiss	31
Gambar 5.1 Pembibitan.....	38
Gambar 5.2 Proses Pembibitan Edelweiss	39
Gambar 5.3 Hampanan Tanaman Edelweiss	40
Gambar 5.4 Tempat Penjualan Edelweiss dan Produk Kerajinan.....	41
Gambar 5.5 Produk Kerajinan Hasil Olahan Tanaman Edelweiss.....	41
Gambar 5.6 Menu Harga Cafe Outdoor	42
Gambar 5.7 <i>Free Welcomedrink</i>	42
Gambar 6.2 Konten Reels Instagram	49
Gambar 6.7 Strategi <i>Word of Mouth</i>	52



ABSTRAK

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Edelweiss Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan

Agata Auditya Putra

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Agataap54@webmail.umm.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan pesat dalam industri pariwisata yang menimbulkan persaingan ketat dalam meraih calon wisatawan. Perubahan teknologi yang cepat mendorong pengelola tempat wisata untuk terus mengembangkan dan memasarkan destinasi mereka dengan strategi yang tepat. Penelitian ini berfokus pada desa wisata edelweiss wonokitri di Kabupaten Pasuruan, yang menjadi destinasi utama karena keberadaan tanaman Edelweiss yang langka di dalam kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Desa ini berhasil menarik perhatian wisatawan hingga mendapatkan penghargaan nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran yang digunakan desa wisata edelweiss wonokitri untuk meningkatkan minat wisatawan. Landasan teori yang digunakan adalah teori marketing mix atau disebut Bauran pemasaran dengan menggunakan aspek 4P dan penerapan pull strategy dari teori three ways strategy. melalui pendekatan pemasaran, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan pemasaran, terutama dalam industri pariwisata. Dengan meningkatnya minat wisatawan, diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan pemahaman mendalam tentang pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan potensi pariwisata lokal dan meningkatkan minat wisatawan. Metode penelitian dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan reduksi data, model data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan pengamatan serta analisa yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi pengelola Desa Wisata Edelweiss telah melakukan strategi komunikasi dan promosi dengan maksimal, dengan memanfaatkan media sebagai salah satu strategi promosi wisata yang sesuai dengan hasil analisis marketing mix 4P dan pull strategy sebagai bentuk promosi. desa wisata edelweiss wonokitri dalam menarik minat wisatawan dengan memanfaatkan beberapa metode seperti aktivasi media Instagram dengan pembuatan konten feed dan reels dan teknik promosi mulut ke mulut atau word of mouth (WOM) dengan memanfaatkan pengalaman wisatawan yang akan dibagikan ke calon wisatawan.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Industri Pariwisata, Minat wisatawan

Selasa, 14 Mei 2024

Menyetujui

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Penulis



Agata Auditya Putra

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. 2015. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Abdurrahman, N.H., 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia
- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Amstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armilo. Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: KENCANA
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta
- Cangara, Hafied. 2013 *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Chatamallah, M. 2018. *Strategi " Public Relations" dalam promosi Pariwisata: Studi kasus dengan pendekatan " Marketing Public Relations" di Provinsi Banten*. MediaTor (Jurnal Komunikasi
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung Remaja Rosdakarya. eJournal Administrasi Bisnis
- eJournal Administrasi Bisnis
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. Erlangga, Jakarta
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Glueck, W.F., Jauch, L.R. 1988. *Business Policy and Strategy Management*.
- Gobel, V.S.J, Mingkid, Elfie. Waleleng, Grace J. (2017). *Analisis Komunikasi Pemasaran Satuan Penugasan Pariwisata di Provinsi Sulawesi Utara (studi pada program kunjungan 10.000 turis Tiongkok)*. Vol. VI. No.1.

- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. 2006. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi* (1st ed.). PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*.
- Kriyanto, Rachmat. 2012. *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & kualitatif)*. Jakarta: Kencana.
- L. Harris, Thomas. 1991 . *The Marketer's Guide to Public Relations*. Amerika. John Wiley & Sons, Inc.
- Machmud, M. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Penerbit Selaras.
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- MC, Carthy, E Jerome, 1985, *Dasar-dasar pemasaran*, Penerbit Erlangga Jakarta
- Moleong. 2014. Moleong, Lexi J, (2014)'' *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*'' . Bandung: Remaja Rosdakarya. PT. Remaja Rosda Karya.
- Moriarty, S., & dkk. 2009. Advertising. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Tangerang : Kencana Prenamedia Group
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja
- Mulyana, Deddy. 2002 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja
- Poerwandari. E.K. 2005. *Pendekatan kualitatif untuk penelitia perilaku manusia*. Jakarta : Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Prayitno, Sunarto dan Harjanto, Rudi. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu Integrated Communications Management*. Depok : Rajawali Press
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. Rosdakarya

- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemanagara, R. 2016. *Strategi Marketing Communication*. Bandung : CV . Alfabeta
- Sugiyono. 2001. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Graha Aksara
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi (1)*. Bandung: CV Pustaka Setia. Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Bandung*: remaja rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama Definisi Kualitas layanan*.
- Trout, Jack,2004. *Trout On Strategy Menguasai Benak Konsumen; Menaklukkan Pasar Alih Bahasa*; Email Salim, Jakarta: Buana Ilmu Popular.
- Yoeti, O. A. 2003. *Tours and Travel Management*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yusuf, A Muri. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group.

LAMPIRAN

DRAFT WAWANCARA

1. Apa yang melatar belakangi mendirikan Desa Wisata Edelweiss
2. Bagaimana Cara Desa Wisata Edelweiss bisa dikenal oleh Wisatawan
3. Siapa Target Market yang diharapkan Taman Edelweiss
4. Apakah Desa wisata Edelweiss sudah menerapkan Strategi Komunikasi Sesuai dengan Bauran Pemasaran 4P (produk, price, place, promotion)
5. Dalam menjalankan Strategi Komunikasi pemasaran, kegiatan apa saja yang sedang berjalan saat ini Apakah Desa wisata Edelweiss memiliki perencanaan Komunikasi Pemasaran untuk selanjutnya
6. Apa bentuk strategi yang telah diterapkan dalam mempromosikan Desa Wisata Edelweiss ini
7. Sejauh ini bentuk kegiatan apa yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan
8. Apa yang menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat wisatawan di Desa Wisata Edelweiss Wonokitri
9. Apa yang menjadi keunggulan, pembeda dan ciri khas Desa Edelweiss ini, sehingga dapat bersaing dengan desa wisata lainnya.
10. Apa yang membuat wisatawan berminat untuk berkunjung ke desa wisata edelweiss ini