

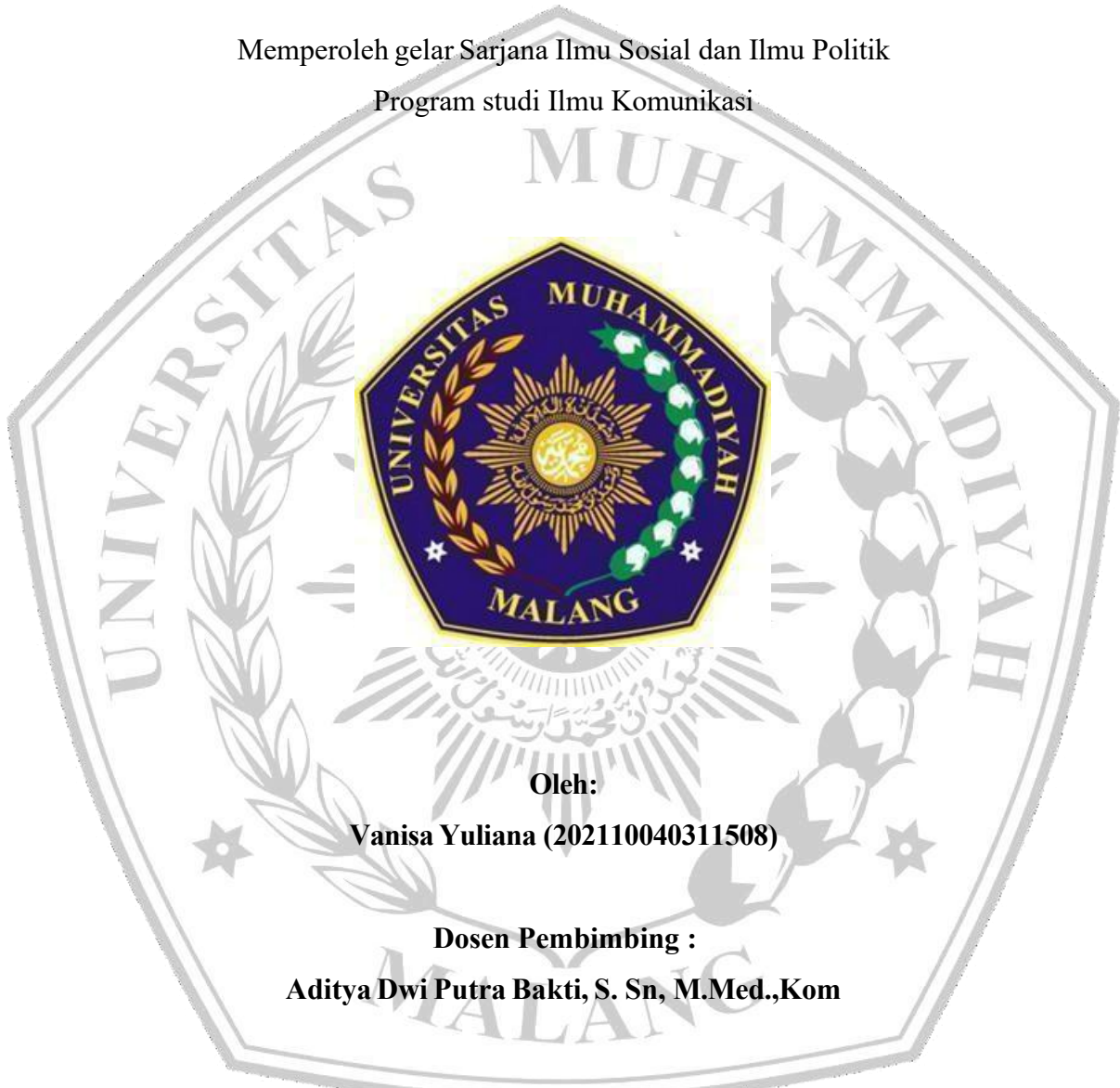
**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA :
STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat skripsi

Memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Vanisa Yuliana (202110040311508)

Dosen Pembimbing :

Aditya Dwi Putra Bakti, S. Sn, M.Med.,Kom

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

TAHUN 2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

VANISA YULIANA
202110040311508

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 08 Oktober 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Widiya Yutanti, S. Sos, M.A** ()
2. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si** ()
3. **Aditva Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Alhar Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

**PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA :
STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX**

Diajukan Oleh :

VANISA YULIANA
202110040311508

Telah disetujui
Rabu/ 08 Oktober 2025

Pembimbing I



Aditva Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Najatuddin Amir Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/ VI/MMXXV

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Vanisa Yuliana
No. Induk Mahasiswa : 2021100040311508
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER
KHAS BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

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

Malang , 19 Agustus 2025
Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti,
S.Sn., M. Med.Kom



Kampus I
Jl. Bawendro 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 466 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 587 080

Kampus III
Jl. Raya Tugomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/MMXXV

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

NAMA : VANISA YULIANA
NIM : 202110040311508
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 (Ganjil) tahun akademik 2024/2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 19 Agustus 2025

a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur

P: +62 341 521 252 (Hunting)

F: +62 341 466 425

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur

P: +62 341 521 149 (Hunting)

F: +62 341 593 000

Kampus III

Jl. Raya Tsiponmas No 246 Malang, Jawa Timur

P: +62 341 464 319 (Hunting)

F: +62 341 469 435

E: webmaster@ummm.ac.id



Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

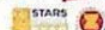
Nama : Vanisa Yuiana
NIM : 202110040311508
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS
BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

Disetujui,
Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Hangkajene 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Vanisa Yuiana
NIM : 202110040311508
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS
BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

Disetujui,
Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutawo No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Vanisa Yuliana

NIM : 202110040311508

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 DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA: STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX 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, 19 Agustus 2025

Yang Menyatakan,

Vanisa Yuliana




Kampus I
Jl. Rumbung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 223 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 382 (Hunting)
F. +62 341 582 000


Kampus III
Jl. Raya Thoyyib No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id


Dipindai dengan CamScanner


SYARAT PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 **PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29**

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

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

 **LEMBAR PERSETUJUAN**
DETEKSI PLAGIASI

 **SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:**
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX


Oleh:
Nama : VANISA YULIANA
NIM : 202110040311508

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,




Malang, 19 Agustus 2025

Pembimbing I/Promotor



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom
NIP. 190918081988

(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bunderwoi 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bunderwoi Sidani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

CS Dipindai dengan CamScanner

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : VANISA YULIANA

NIM : 2021 - 508

Hasil Plagiasi : $\frac{2}{7}$ $\frac{2}{0}$ $\frac{5}{8}$ $\frac{4}{8}$

| | | | | |
|---------|----|----|----|----|
| BAB I | 52 | 22 | 17 | |
| BAB II | 49 | 5 | | |
| BAB III | 60 | 28 | 22 | 16 |

$\frac{2}{7}$

| | | | | |
|--------|---|--|--|--|
| BAB IV | 8 | | | |
| BAB V | 0 | | | |
| BAB VI | 6 | | | |

Malang, 11 Agustus 2025
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

CS Dipindai dengan CamScanner



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UMM
1964

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

2. Nama : Vanisa Yuliana
3. NIM : 202110040311508
4. Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
6. Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA: STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX
7. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S. Sn., M. Med.Kom
8. Kronologi Bimbingan :

| Tanggal | Keterangan | Paraf Pembimbing |
|---------|---------------------------------|------------------|
| | Acc Judul Penelitian | |
| | Seminar Proposal Skripsi | |
| | Revisi Seminar Proposal Skripsi | |
| | Acc Penelitian | |
| | Acc Seminar Hasil Penelitian | |
| | Seminar Hasil Penelitian | |

Malang ,19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti,
S.Sn., M. Med.Kom



Kampus I
Jl. Rimbuto 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 253 (Hunting)
F. +62 341 450 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sidani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 143 (Hunting)
F. +62 341 282 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 483 435
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Pada hari Selasa 27 Mei 2025

Pukul 09.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :



| | |
|------------------|---|
| Nama Peneliti | Vanisa Yuliana |
| NIM | 202110040311508 |
| Program Studi | Ilmu Komunikasi |
| Fakultas | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik |
| Judul Penelitian | STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX |
| Pembimbing | Aditya Dwi Putra Bhakti, S. Sn., M. Med.Kom |
| Dosen Penguji | Widiya Yutanti, S. Sos, M.A |

Seminar Hasil dilakukan secara daring (online) melalui platform Zoom Meeting, dihadiri oleh Dosen pembimbing, Dosen Penguji 1, dan sejumlah __ mahasiswa (daftar hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Widiya Yutanti, S. Sos, M.A

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Rumbung, 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 550 255

Kampus II

Jl. Bendungan, Sutasi No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 580 093

Kampus III

Jl. Raya Tuguas, No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

| No | Nama | NIM | Program Studi |
|----|-------------------------|-----------------|---------------------------|
| 1 | Intan Damayanti | 202110040311518 | Ilmu Komunikasi |
| 2 | Gita Aulia Ramadhanty | 202110040311514 | Ilmu Komunikasi |
| 3 | Dian Siska Oktavia | 202110040311548 | Ilmu Komunikasi |
| 4 | Nabianca Chicca | 202110040311524 | Ilmu Komunikasi |
| 5 | Meilinda Yunita Sari | 202110040311462 | Ilmu Komunikasi |
| 6 | Ayyutaya Pradnja Sanari | 202110040311024 | Ilmu Komunikasi |
| 7 | Ahmad Firdaus Alamsyah | 22101011212 | Pendidikan Agama Islam |
| 8 | Ushulyah Dirnanto | 202110040311539 | Ilmu Komunikasi |
| 9 | Putri Fitrotul Laila | 202110040311362 | Ilmu Komunikasi |
| 10 | Tiara Rizki Amalia | 202110040311527 | Ilmu Komunikasi |
| 11 | Aufa Salsabilla | 202110040311504 | Ilmu Komunikasi |
| 12 | Adilla Bella Trianita | 202110040311036 | Ilmu Komunikasi |
| 13 | Reza Hamdhani | 202110040311532 | Ilmu Komunikasi |
| 14 | Intan Yudhis Lestari | 202110040311500 | Ilmu Komunikasi |

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

Dosen penguji

Widiya Yutanti, S. Sos, M.A

Mengetahui,
Kaprosdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Burhanoglu, 1 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 135

Kampus II

Jl. Bendungan, Sulawesi No 188 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 560 000

Kampus III

Jl. Raya Trianggani No. 248 Malang, Jawa Timur
T. +62 341 454 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id



ABSTRAK

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA: STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan restoran Mr. Adox dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner khas Bangka, dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif, hal tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan hasil dan temuan yang didapatkan peneliti di lapangan. Teknik pengumpulan yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah Bapak Kim Sen sebagai pemilik Restoran dan Bapak Bambang sebagai manager Restoran. Penelitian strategi komunikasi pemasaran Restoran Mr. Adox menggunakan teori bauran pemasaran *marketing mix 7P* oleh Kotler & Keller. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Restoran Mr. Adox menggunakan teori bauran pemasaran *7P* dengan mengembangkan produk yang berkualitas dan terus berinovasi, memberikan harga yang sesuai dengan minat dan kebutuhan ekonomi pengunjung, memaksimalkan tempat dan fasilitas bagi para pengunjung, dan mempertimbangkan bukti fisik seperti peningkatan sistem kebersihan (*sterilisasi* alat makan). Hanya saja, pada bagian *Promotion* (promosi) yang dilakukan Restoran Mr. Adox kurang dilaksanakan secara maksimal. Terutama pada bagian digital marketing atau media sosial, sehingga hal tersebut juga berdampak pada kurangnya pengelolaan *people* (orang) pada Restoran Mr. Adox.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Meningkatkan, Daya Tarik, Wisata Kuliner.*

Peneliti

Dosen Pembimbing

Vanisa Yuliana


Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom

viii

KATAPENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta`ala* yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan usaha usulan penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner Khas Bangka : Studi Pada Restoran Mr. Adox” .

Usulan Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Selama Penulisan Usulan ini Penulis banyak mendapat arahan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M. Med.Kom. Selaku Dosen Wali sekaligus Pembimbing Utama yang telah sabar membantu penulis dan tak henti-hentinya memberikan nasehat kepada penulis sehingga penulisan ini dapat terselesaikan dalam jangka waktu yang beliau targetkan. Semoga beliau selalu dimudahkan segala urusannya baik di dunia maupun di akhirat Aamiin Ya Raball`alamin.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah M. Si. Selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Muslimin Machmud, M. Si, Ph. D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
5. Bapak Kim Sen selaku Owner Restoran Mr. Adox yang telah berkenan menerima penulis untuk melakukan penelitian di Restoran tersebut.
6. Bapak Bambang Sutrisno, S.E.,M.M selaku manager dan beserta staff karyawan yang telah ikut berpartisipasi dalam proses pengumpulan data penelitian ini.
7. Ibunda Purwaningsih S. Pd, yang telah mengorbankan usaha dan materinya kepada penulis yang tak pernah henti mengingat agar penulisan penelitian ini tetap berjalan sebagaimana mestinya.
8. Nenek Nani zulaichah dan Kakek Purwanto yang tak henti-hentinya memanjatkan do`a untuk penulis disetiap sujud dalam ibadahnya, yang selalu memberikan

support agar bisa melawan rasa takut kepada penulis, memberikan kepercayaan kepada penulis, dan selalu memberi nasehat serta mengingatkan penulis untuk selalu dekat dengan Sang-pencipta.

9. Kemudian Paman Budianto S.T, serta Adik tercinta yang telah memberikan kasih sayang, kasih cinta, bantuan dan do`a yang tiada henti- hentinya kepada penulis dalam meraih cita-cita.

10. Teman, Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan Ilmu Komunikasi (2021) Khususnya kepada Intan Damayanti untuk segala motivasi, masukan, nasehat, dan kebersamaan yang tidak mungkin terlupakan.

11. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu, serta memberikan semangat dan motivasi .

Akhir salam, semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat ganjaran yang setimpal dari Allah *Subhanahu Wata`ala* dan mudah-mudahan usulan penelitian ini bermanfaat dan berguna khususnya bagi penulis dan umumnya bagi yang memerlukan.

Malang, Juni 2024

Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| SURAT KETERANGAN SIAP UJI | iv |
| SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | vi |
| SURAT PERNYATAAN..... | vii |
| TANDA TERIMA PLAGIASI | ix |
| BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI | X |
| BERITA ACARA SEMINAR HASIL | xi |
| DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| KATAPENGANTAR | xiv |
| DAFTAR ISI..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| ABSTRAK..... | xix |
| ABSTRACT | xx |
| BAB I..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat | 4 |
| 1.3.1 Tujuan..... | 4 |
| 1.3.2 Manfaat..... | 5 |
| BAB II..... | 6 |
| 2.1 Landasan Teori | 6 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3 Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran..... | 12 |
| 2.1.4 Teori Daya Tarik Kepariwisataaan | 18 |
| 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu | 23 |
| BAB III | 28 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 28 |
| 3.2 Tipe Penelitian..... | 28 |
| 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 3.4 Subjek Penelitian | 29 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 31 |
| 3.7 Paradigma Penelitian | 33 |
| BAB IV | 34 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 34 |
| 4.1.1 Restoran Mr. Adox | 34 |
| 4.1.2 Pelayanan Restoran Mr. Adox | 36 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Restoran Mr. Adox | 37 |
| BAB V | 40 |
| 5.1. Bukti Fisik (Physical Evidence) | 49 |
| 5.2 Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian | 51 |
| 5.3 Diskusi Teori Penelitian | 66 |
| BAB VI PENUTUP | 71 |
| 6.1 Kesimpulan | 71 |
| 6.2 Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN PENELITIAN | 79 |
| 1. Data Informan Penelitian | 79 |
| 2. Instrumen Penelitian | 79 |
| 3. Tabel Triangulasi Sumber | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Restoran Mr. Adox tampilan depan..... | 35 |
| Gambar 4.2 Struktur organisasi Restoran Mr. Adox | 37 |
| Gambar 5.1 tempat makan outdoor Restoran Mr. Adox | 42 |
| Gambar 5.2 tempat makan indoorrestoran Mr. Adox | 43 |
| Gambar 5.3 garden restoran Mr. Adox..... | 43 |
| Gambar 5.4 ruangan VIP restoran Mr. Adox | 44 |
| Gambar 5.5 Potret/Gambar manager restoran Mr. Adox mengevaluasi, memberikan arahan motivasi dan semangat kepada karyawan restoran | 47 |
| Gambar 5.6 Taman Restoran Mr. Adox | 49 |
| Gambar 5.7 area makan teras/out door restoran Mr. Adox..... | 50 |
| Gambar 5.8 ruangan indoor restoran Mr. Adox | 50 |
| Gambar 5.9 toilet Restoran Mr. Adox..... | 51 |
| Gambar 5.10 akun media sosial Instagram restoran Mr. Adox (@mr.adoxseafood) | 56 |
| Gambar 5.11 Website Restoran Mr. Adox | 57 |
| Gambar 5.12 Promosi Public Relation acara weding calon konsumen..... | 59 |
| Gambar 5.13 Manager Restoran ikut melaksanakan seles promotion kepada para pengunjung | 61 |
| Gambar 5.14 menu makanan yang bisa dijadikan buah tangan oleh wisatawan.... | 64 |
| Gambar 5.15 kemasan yang dijadikan buah tangan wisatawan | 65 |
| Gambar 5.16 ulasan dan review pengunjung..... | 66 |

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan restoran Mr. Adox dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner khas Bangka, dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif, hal tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan hasil dan temuan yang didapatkan peneliti dilapangan. Teknik pengumpulan yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah Bapak Kim Sen sebagai pemilik Restoran dan Bapak Bambang sebagai manager Restoran. Penelitian penerapan strategi komunikasi pemasaran Restoran Mr. Adox menggunakan teori bauran pemasaran *marketing mix 7P* oleh Kotler & Keller, menguraikan dan mendeskripsikan bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Restoran Mr. Adox dalam meningkatkan daya tarik wisata kuliner Khas Bangka. Berdasarkan penemuan peneliti, hasil dari penelitian ini adalah penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Restoran Mr. Adox menggunakan teori bauran pemasaran 7P dengan mengembangkan produk yang berkualitas dan terus berinovasi, memberikan harga yang sesuai dengan minat dan kebutuhan ekonomi pengunjung, memaksimalkan tempat dan fasilitas bagi para pengunjung, dan mempertimbangkan bukti fisik seperti peningkatan sistem kebersihan (*sterilisasi* alat makan). Hanya saja, pada bagian *Promotion* (promosi) yang dilakukan Restoran Mr. Adox kurang dilaksanakan secara maksimal. Terutama pada bagian digital marketing atau media sosial, sehingga hal tersebut juga berdampak pada kurangnya pengelolaan *people* (orang) pada Restoran Mr. Adox.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Meningkatkan, Daya Tarik, Wisata Kuliner.*

ABSTRACT

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER KHAS BANGKA : STUDI PADA RESTORAN MR. ADOX

This study aims to determine how the marketing communication strategy carried out by Mr. Adox restaurant in increasing the appeal of Bangka's culinary tourism, using a qualitative research approach. This study uses a qualitative descriptive research type, it aims to describe the results and findings obtained by researchers in the field. The collection techniques used are interviews, observations and documentation. The subjects in this study were Mr. Kim Sen as the owner of the restaurant and Mr. Bambang as the restaurant manager. The research on Mr. Adox Restaurant's marketing communication strategy uses the marketing mix theory 7P by Kotler & Keller, outlining and describing how the marketing communication strategy carried out by Mr. Adox Restaurant in increasing the appeal of Bangka's culinary tourism. Based on the researcher's findings, the results of this study are the marketing communication strategy carried out by Mr. Adox Restaurant using the 7P marketing mix theory by developing quality products and continuing to innovate, providing prices that are in accordance with the interests and economic needs of visitors, maximizing places and facilities for visitors, and considering physical evidence such as improving the cleanliness system (sterilization of cutlery). However, in the Promotion section carried out by Mr. Adox Restaurant, it was not implemented optimally. Especially in the digital marketing or social media section, so that it also has an impact on the lack of people management at Mr. Adox Restaurant.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Increasing, Attraction, Culinary Tourism.*

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, M. F. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Program Gerakan Memaju Mapaccing Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kabupateen Mamuju*. Universitas Hasanuddin.
- Alfisyahri, P. N., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2023). Peran Business Model Inovation pada Industri Kuliner Cake Shop Berbasis Syariah. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 1753–1766.
- Andriyani, A. (2019). Kajian Literatur pada Makanan dalam Perspektif Islam dan Kesehatan. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 15(2), 178–198.
- Annissa, J., & Wardani, K. P. (2024). *Strategi Edora Sportswear Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Tiktok*. 2(1), 112–129.
- Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Penerbit Armico.
- BIANDA, E. (2021). Komunikasi Antar Budaya Mahasiswa Indonesia dan Malaysia Dalam Membangun Relasi Serta Kerjasama Pendidikan Antar Negara.
- Chris Fill, S. T. (2019). *Marketing Communications*. Pearson. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Communications.html?id=6oyfDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Fadhillah, B. L. N. A., Pradana, B. C. S. A., & Hakim, L. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Tunjungan Romansa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), 6–10.

- Fitriani, C. N. (2024). *Desain Interior Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Berkonsep Modern Multifunction Space Guna Meningkatkan Experience Pengunjung*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Hariyanto, D. (2023). Buku Ajar Komunikasi Pemasaran. *Umsida Press*, 1–142.
- Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *An-Nuur*, 13(2).
- Ismail, M., & Murnisari, R. (2017). Analisis Afektivitas Strategi Integrated Marketing Communication guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen CV Barisan Nyawiji Meubel Malang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(1), 93–106.
- Ita, E., Fono, Y. M., & Malo, M. (2024). Tantangan Perencanaan Pembelajaran Berbasis Kurikulum Merdeka pada Pendidikan Anak Usia Dini. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 7(3), 685–691. <https://doi.org/10.31004/aulad.v7i3.731>
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Kartika, A. S., Muliadisa, I. K., & Jayendra, P. S. (2024). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Spiritual di Brahmavihara Arama Banjar Kabupaten Buleleng Bali. *JABK: Jurnal Analisis Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1), 47–65.
- Khaidir, K. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah*

Pengguna Jasa Pada PT Sahara Kafila Wisata di Jakarta. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif

Kotler and Keller. (2012). *Marketing Management 14e.* Pearson.
https://archive.org/details/isbn_9780132103046

Kurnia, A. M. (2022). *Strategi Komunikasi Dinas Pehubungan Kabupaten Bandung.* Universitas Komputer Indonesia.

Mahmud, D., & Swarnawati, A. (2020). Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT. Havara Ruhama Ramadhani Di Tangerang Selatan. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 50–60.

Manalu, D. S. T., Nurindra, A., Gultom, C. K., Maulana, R. A., Rohimah, R., & Praja, M. R. F. H. C. (2024). Analisis Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Pajajaran, Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(3), 111–126.

Mardana, R. Y. (2024). *TA: Penerapan Fitur Instagram Sebagai Media Promosi Paket Wisata Jawa Timur Di CV Huni Raya Group.* Politeknik Negeri Lampung.

Nopriani, W. (2024). *Strategi Komunikasi Pengurus Dalam Memakmurkan Masjid Agung At-Taqwa Kota Bengkulu.* UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Pace, R. W. (1979). *Techniques for effective communication.* Reading, Mass.: Addison-Wesley.

<https://archive.org/details/techniquesforeff0000pace/page/n355/mode/2up>

- Permadi, A. H., Rifisani, A., Timur, A., Syakina, A., Wiguna, D. P., Nurwati, W. D., & Ibad, M. N. (2020). *Bisnis Umkm Ditengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Unitomo Press.
- Purba, W. A. (2021). *Analisis Semiotika Iklan Aqua "Terlindungi Untuk Melindungimu" Di Televisi*. Universitas Sumatera Utara.
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3).
- Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., Putri, D. M. B., Tanjung, R., Djumaty, B. L., Suwandi, A., Nasrullah, N., Simarmata, J., & Handiman, U. T. (2021). *Inovasi Desa Wisata: Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Rochmadika, H., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164–177.
- Rofiah, C. (2022). Analisis Data Kualitatif: Manual Atau Dengan Aplikasi? *Develop*, 6(1), 33–46.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Sa'adah, L., Prawoto, E., Meftahudin, M., & Trihudyatmanto, M. (2023). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung

- Wisata Lubang Kilat Di Desa Riam Tinggi Kabupaten Lamandau. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 3(3), 63–76.
- Saniantara, P. (2023). Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Restoran di Era Pandemi di Hotel The Laguna Nusa Dua Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 241–249.
- SARI, D. W. (2023). *Setrategi Komunikasi Pemasaran Kuliner Pedagang Kaki Lima Sate Gunung Tigo Pada Masyarakat Kabupaten Karimun Kepulauan Riau*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sinaga, C. (2022). *Setratetei Komunikasi Pemasaran Restaurant Istana Nelayan Tangerang Dalam Menarik Minat Konsumen*, Kodeuniversitas041060# UniversitasBuddhiDharma.
- Sipayung, M. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Kuliner Fountain Medan*. Universitas Medan Area.
- Sitanggang, D. A., Sunarti, S., & Pangestuti, E. (2020). Pengaruh citra destinasi, nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan dan niat berperilaku wisatawan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 61–77.
- Syaifulloh, M., Fachrurazi, F., Achmad, F., Usman, S. A., & Wahyuni, R. (2019). Manajemen Strategi Galeri Investasi Syariah Dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3(2), 108.
- Syarifuddin, D. (2021). Nilai Daya Tarik Wisata Tanaman Organik. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(1), 1–12.

- Utama, A. M., & Sanusi, N. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Martabak Mertua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi)*, 2(2), 69–80.
- Widuhung, S. (2021). Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 1–7.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.
- Winata, F. C. (2020). *Peran Media Digital Dalam Mengkomunikasikan Misi Perusahaan (Studi Kasus 'Catatan Najwa: Episode Maudy Ayunda Suka Belajar')/Felicia Cindy Winata/60180525/Pembimbing: Deavy MRY Johassan.*
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of scientific communication (jsc)*, 1(1).
- Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 25–35.
- Zawawi, A., Auwalia, A. F., & Nikmah, N. (2024). Urgensi Strategi Pemasaran UMKM Pada Era Digital: Studi kasus pada usaha "Aneka Krupuk" di desa Dagan. *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 107–114.