



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRAVEL WISATA
PT. SUMBER WISATA (SERIBU_TRIP) DALAM MENARIK
MASYARAKAT BERWISATA DI ERA COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Dimas Wahyu Wahidin

NPM. 193516416571

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**TRAVEL TOURISM MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY PT. SUMBER WISATA (SERIBU_TRIP) IN
ATTRACTING TOURISM COMMUNITY IN THE COVID-19
ERA**

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a degree

Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

Dimas Wahyu Wahidin

NPM. 193516416571

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCES STUDY PROGRAM**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Dimas Wahyu Wahidin

NPM : 193516416571

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRAVEL

WISATA PT. SUMBER WISATA (SUMBER_WISATA)

DALAM MENARIK MASYARAKAT BERWISATA DI ERA

COVID-19

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Angga Sulaiman, S.IP., M.AP. (

Pembimbing I/Penguji I : Dra. Masnah, M.Si. (

Pembimbing II/Penguji II : Drs. Hadi Surantio, M.Si. (

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 22 Februari 2023

DEWAN PENGUJI

UNIVERSITAS NASIONAL





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dimas Wahyu Wahidin
Nomor Induk Mahasiswa : 193516416571
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRAVEL WISATA PT.
SUMBER WISATA (SERIBU_TRIP) DALAM MENARIK MASYARAKAT BERWISATA DI ERA
COVID -19

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 01 Maret 2023

Ketua Sidang : Angga Sulaiman, S.IP., M.AP

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Drs. Hadi Surantio, M.Si

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dimas Wahyu Wahidin
NPM : 193516416571
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT.
Sumber Wisata (Seribu_Trip) Dalam Menarik Masyarakat
Berwisata Di Era Covid-19
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar sarjana Sastra Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disahkan,

Jakarta, 01 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dekan

Drs. Hadi Surantio, M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dimas Wahyu Wahidin
NPM : 193516416571
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT.
Sumber Wisata (Seribu Trip) Dalam Menarik
Masyarakat Berwisata Di Era Covid-19
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh Gelar sarjana Sastra Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 2 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs. Hadi Surantio, M.Si

Drs. Adi Prakosa,

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:


Nama : Dimas Wahyu Wahidin
NIM : 193516416571
Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TRAVEL WISATA PT. SUMBER WISATA (SERIBU_TRIP) DALAM MENARIK MASYARAKAT BERWISATA DI ERA COVID-19**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,

()
MATE
TEMA
B0FCZAJXK1350873
Dimas Wahyu Wahidin

ABSTRAK

Nama : Dimas Wahyu Wahidin
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) Dalam Menarik Masyarakat Berwisata Di Era Covid-19

Kata Kunci Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Travel	PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) merupakan perusahaan yang berpartisipasi dalam beberapa jasa bidang yang berhubungan dengan dunia Pariwisata diantaranya Travel, Fotografi, Event Organisasi, Pandemi Covid-19 (<i>Coronavirus Disease</i>) membuat PT. Sumber Wisata mengalami penurunan pendapatan operasional perusahaan karena sepi nya konsumen. Dampak tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan PT. Sumber Wisata dalam menghadapi situasi saat ini. Oleh karena itu PT. Sumber Wisata perlu melakukan strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik masyarakat berwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran travel wisata PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) dalam menarik masyarakat berwisata di era covid-19. Dalam penelitian ini Teori yang digunakan adalah Teori Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) yang mengacu pada 7P yaitu <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process</i> dan <i>Physical Evidence</i> . Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dengan deskriptif. Narasumber penelitian ini sebanyak enam orang, satu owner, satu marketing communication, satu tour leader dan tiga merupakan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Teori Bauran Komunikasi Pemasaran (marketing mix) sangat berpengaruh dengan perusahaan dalam menarik masyarakat berwisata menggunakan jasa travel PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip). Perusahaan melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan promosi harga tiket wisata termurah dan diskon harga untuk para member, sehingga menarik masyarakat untuk berwisata menggunakan jasa travel PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip).
Pembimbing	Drs. Hadi Surantio, M.Si

ABSTRACT

Name : Dimas Wahyu Wahidin
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : Travel Tourism Marketing Communication Strategy
PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) In Attracting Tourism
Community In The Covid-19 Era

Keywords Marketing Communication Strategy, Marketing Mix, Travel	PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) is a company that participates in several service fields related to the world of Tourism including Travel, Photography, Organizational Events, the Covid-19 Pandemic (Coronavirus Disease) making PT. Sumber Wisata experienced a decline in the company's operating income due to a lack of consumers. This impact is a challenge for PT. Sumber Wisata in dealing with the current situation. Therefore PT. Sumber Wisata needs to implement a more effective marketing communication strategy to attract the tourist community. The purpose of this research is to find out how the travel marketing communication strategy of PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) in attracting people to travel in the era of covid-19. In this study the theory used is the Marketing Mix Theory which refers to the 7Ps namely <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process</i> dan <i>Physical Evidence</i> . The method in this study is to use a qualitative method with descriptive. The sources for this research were six people, one owner, one marketing communication, one tour leader and three consumers. The results of this study indicate that the Theory of Marketing Communication Mix (marketing mix) is very influential with companies in attracting people to travel using the travel services of PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip). The company carries out a marketing communication strategy by promoting the cheapest travel ticket prices and discounted prices for members, thus attracting the public to travel using PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip).
Mentor	Drs. Hadi Surantio, M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) Dalam Menarik Masyarakat Berwisata Di Era Covid-19” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti sepenuhnya menyadari bahwa selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun material. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah membantu hingga penyusunan penelitian ini selesai, terutama kepada yang saya hormati

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermari Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., beserta jajarannya.
4. Bapak Drs. Hadi Surantio M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan penelitian ini.
5. Kedua orang tua penulis atas dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
6. Adik saya Amara Nurfadilah Ramadhani yang selalu memberikan semangat dan membawa kebahagiaan setiap harinya.

7. Ucapan terima kasih kepada Bapak Muhammad Irfan Faqih selaku direktur utama PT. Sumber Wisata, Bapak Muhammad Ajie selaku marketing communication, Bapak Ubed selaku tour leader PT. Sumber Wisata yang telah mengizinkan, mendukung, memberikan pengalaman untuk melakukan penelitian ini hingga selesai.
8. Ucapan terima kasih kepada Bapak Natsir, Ismail dan Ibu Yati sebagai narasumber yang telah membantu dan mendukung penelitian ini.
9. Kaka – kaka dari Kikireksi Kampus Kak Jiha, Terimakasih karena sudah membantu, mendukung dan selalu support saya serta memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Teman – teman kelas karyawan Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala kebersamaan, bantuan dan hubungan selama ini.
11. Terakhir dan tidak kalah penting, terima kasih kepada diri saya sendiri yang tetap berjuang dikala sulit menyerang, berusaha mengendalikan pikiran agar tubuh tetap sehat, terima kasih telah berjuang sejauh ini, telah kuat dalam menghadapi berbagai keadaan dan terus bangkit walau sulit.

Peneliti menyadari bahwa sepenuhnya hasil penelitian ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti sangat mengharapkan masukan, baik kritik maupun saran. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi pembaca umumnya. Semoga semua hasil usaha yang peneliti capai selalu mendapat Ridho dari Allah SWT. Amin

Wassalamualaikum Wr.Wb

Jakarta, 02 Februari 2023



Dimas Wahyu Wahidin

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR STRUKTUR ORGANISASI	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	13
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Strategi	22
1) Tipe-Tipe Strategi	25
2) Sifat Strategi	26
3) Peranan Strategi	27
4) Fungsi dan Manfaat Strategi	28
2.3 Komunikasi	29
2.3.1 Unsur-Unsur Komunikasi	31
2.3.2 Tujuan Komunikasi	32
2.3.3 Proses Komunikasi	33
2.4 Komunikasi Pemasaran	34
2.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	34
2.4.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	36
2.4.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	40
2.4.4 Model Komunikasi Pemasaran	41
2.4.5 Strategi Komunikasi Pemasaran	42
2.4.6 Target Pemasaran	43

2.5 Agen Perjalanan	45
2.6 PT.Sumber Wisata (Seribu_Trip)	46
2.7 Pandemi Covid-19	47
2.8 Kerangka Pemikiran.....	49
2.9 Definisi Konsep Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Pendekatan Penelitian	52
3.2 Penentuan Informan	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	66
3.5 Lokasi Penelitian.....	70
BAB IV PEMBAHASAN.....	72
4.1 Hasil Penelitian	72
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	72
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	74
4.1.3 Logo Perusahaan.....	75
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	77
4.1.5 Hasil Observasi	79
4.1.6 Proses Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Wisata PT. Sumber Dalam Menarik Masyarakat Berwisata Di Era Covid- 19	82
4.2 Pembahasan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2019-2020.....	5
Gambar 1.2 Data Jumlah Peserta Travel Sumber Wisata Tahun 2019-2021...	12
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	41
Gambar 4.1. Kantor Cabang PT. Sumber Wisata Jakarta Utara	72
Gambar 4.2 Logo PT Sumber Wisata	75
Gambar 4.3 Produk Bidang Travel	85
Gambar 4.4 Produk Bidang Fotografi.....	85
Gambar 4.5 Produk Bidang Event Organizer	86
Gambar 4.6 Postingan Harga Paket Wisata	88
Gambar 4.7 Lokasi Gedung Cabang PT. Sumber Wisata.....	89
Gambar 4.8 Akun Media Sosial Instagram PT. Sumber Wisata.....	91
Gambar 4.9 Akun Media Sosial Whatsapp PT. Sumber Wisata.....	92
Gambar 4.10 Akun Media Sosial Facebook	93
Gambar 4.11 Akun Media Online Website.....	94
Gambar 4.12 Akun Media Konvensional Spanduk PT. Sumber Wisata	95

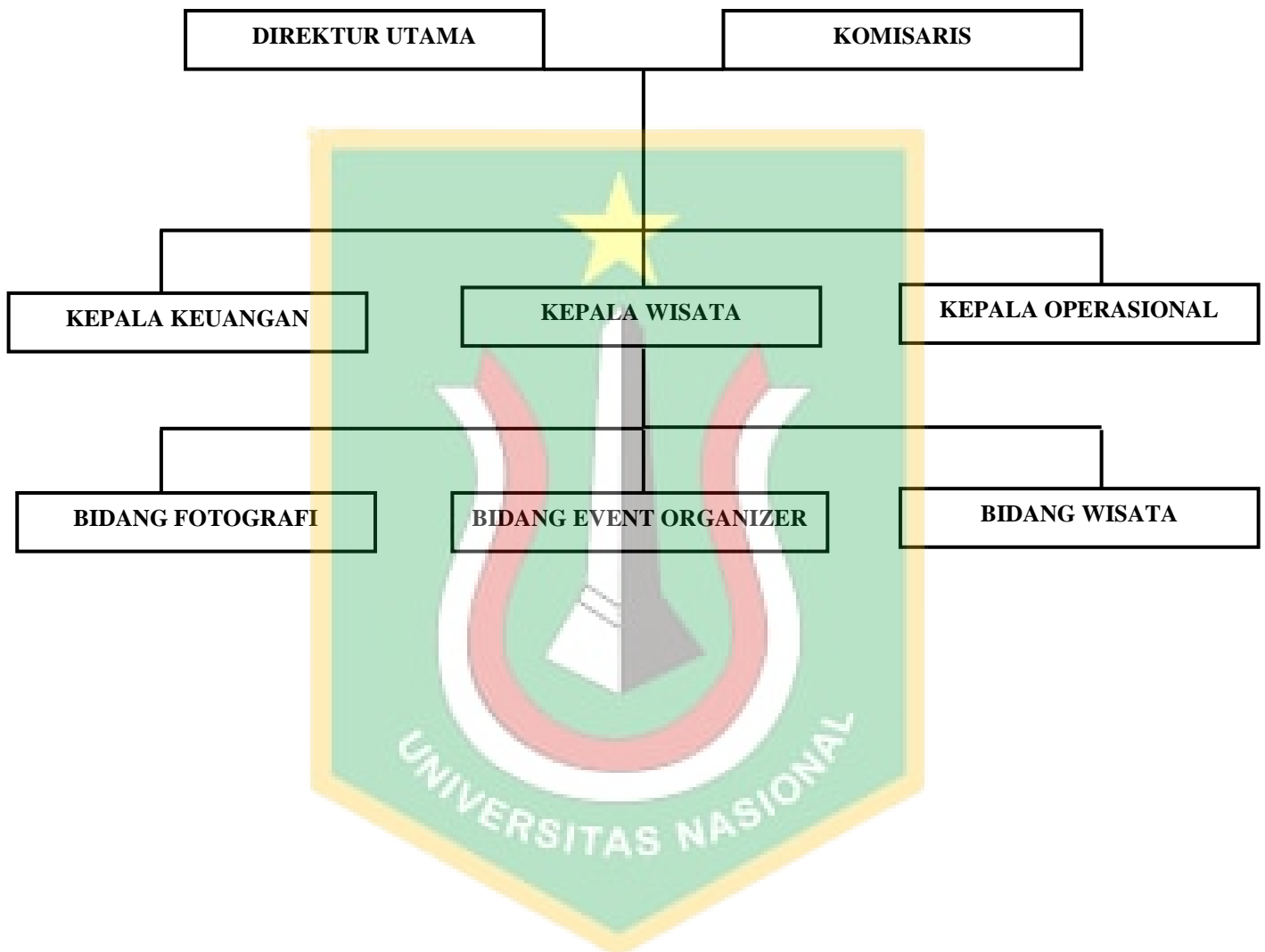


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Daftar Harga Paket Destinasi Wisata	10
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang.....	18
Tabel 3.2 Penentuan Informan	58
Tabel 3.5 Program Penelitian.....	71



DAFTAR STRUKTUR ORGANISASI



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.8 Kerangka Pemikiran	49
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	77

