



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BADAN PROMOSI
PARIWISATA DAERAH (BPPD) NUSA TENGGARA BARAT
(NTB)**

TESIS

UNIVERSITAS

ZULHAKIM

NIM : 55210110007

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2015**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : ZULHAKIM
2. NIM : 552 1011 0007
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Marketing Communications

6. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Promosi
Pariwisata Daerah (BPPD) Nusa Tenggara Barat
(NTB)

Jakarta 23 Maret 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Dr. Henni Gusfa, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Promosi
Pariwisata Daerah (BPPD) Nusa Tenggara Barat
(NTB)
2. Nama : ZULHAKIM
3. NIM : 552 1011 0007
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communications
7. Tanggal : 28 April 2015

Jakarta 28 April 2015
Mengetahui

1. Ketua Sidang :

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

2. Penguji Ahli :

Dr. Ahmad Jamil, M.Si

()

3. Pembimbing I :

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

()

4. Pembimbing II :

Dr. Henni Gusfa, M.Si

()



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Promosi
Pariwisata Daerah (BPPD) Nusa Tenggara Barat
(NTB)
2. Nama : ZULHAKIM
3. NIM : 552 1011 0007
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communications
7. Tanggal : 2 Mei 2015

Jakarta 2 Mei 2015

Mengetahui

Pembimbing I

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing II

Dr. Henni Gusfa, M.Si

**Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi**

Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

PERNYATAAN

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Nusa Tenggara Barat (NTB)
2. Nama : ZULHAKIM
3. NIM : 552 1011 0007
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Communications
7. Tanggal : 2 Mei 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 2 Mei 2015



ZULHAKIM

KATA PENGANTAR

Berlaksa syukur kepada Allah SWT, atas limpahan rahmatnya. Salawat dan salam kepada Muhammad bin Abdullah SAW, Nabi yang tak henti memberi inspirasi sehingga penulis dapat merampungkan karya tulis ini. Sebuah tugas akhir yang menjadi persyaratan menyelesaikan studi Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Tesis ini berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BADAN PROMOSI PARIWISATA (BPPD) NUSA TENGGARA BARAT (NTB)

Selain itu patut kiranya penulis sampaikan terima kasih sedalam-dalamnya atas dukungan moral maupun materil sehingga karya tulis ini bisa terselesaikan kepada:

1. Inaq Djumenah dan Bapak Multazam atas do'a yang tak pernah putus untuk anak mu ini. Semoga Allah membalas dengan limpahan kebahagiaan dan keberkahan dalam umur yang panjang.
2. Alm (Bapak Zainuddin) dan Mamaq Huzaeniah
3. Untuk dua bidadariku Khairiyah Sya'ban dan Kaylila Khumaira Hakim terimakasih telah membuat rasa syukur ini tak pernah berhenti.
4. Ibu Dr. Nur Kholisoh, M.Si, dosen pembimbing utama.
5. Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si, dosen pembimbing kedua.
6. Ketua Sidang Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, dosen penguji Dr. Ahmad Jamil, M.Si, para dosen pengajar, dan segenap civitas akademika Universitas Mercu Buana, Jakarta yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. Sahabat-sahabat yang telah membantu hingga tugas akhir ini selesai Direktur LBH Solidaritas Indonesia, M.Taufik Budiman, Gubernur NTB, Dr. M. Zainul Majdi, MA, Ketua BPPD NTB Taufan Rahmadi, Anggota DPDRI Hj. Baiq Diyah Ganefi, SH, Kadisbudpar NTB, M. Nasir, Ketua

AJI Mataram, Haris Mahtul, Ketua ASITA NTB, Agus Mulyadi dan lainnya.

8. Kawan kawan di *Jawa Pos National Network* dan Lombok Post.
9. Keluarga di Lombok, Papuq Dan, Kak Acip, Kak Mul, Kak Unah, Kak Syamsul, Zuryah, Fidzoh, Kevin, Evan, Hana, Dani, Ifa, Nana.
10. Keluarga besar *Ilalang & Co*, Kompi 31 dan Kampung Hijau : Alwi, Agus Salim, Isa Ansori, Kboot, Ryan Iskandar, Deboh, Herman Rifai, Jeff, Ujik.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Dengan segala keterbatasan penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini jauh dari sempurna, baik dalam pokok bahasan, penyampaian maupun pembahasannya. Semoga tulisan ini bermanfaat.

Jakarta 7 Mei 2015

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	vi
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan danIdentifikasiMasalah.....	6
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	7
1.4.1. ManfaatAkademis.....	7
1.4.2. ManfaatPraktis.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Tinjauan Teoritis.....	16
2.2.1. KomunikasiPemasaran.....	16
2.2.2. <i>Integrated Marketing Communications</i>	18
2.2.3. KomunikasiPemasaranTerpaduDalamPariwisata	22
2.2.4. StrategiKomunikasiPemasaran.....	24
2.2.5. Pengertian Pariwisata.....	33
2.2.6. IndustriPariwisatadanProdukPariwisata.....	37
2.2.7. Pemerintah Daerah DalamPemasaranPariwisata....	39
2.2.8. BPPD NTB dan Pemasaran Destinasi.....	40
2.3. KerangkaPemikiran	41
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1. ObjekPenelitian.....	42
3.2. Paradigma Penelitian.....	42
3.3. JenisdanMetodePenelitian.....	43
3.4. LokasiPenelitian	44
3.5. Sumber Data	44
3.6. Teknik Pengumpulan	44
3.7. PenentuanInformanpenelitian.....	46
3.8. TeknikAnalisa Data.....	46
3.9. AnalisisKeabsahan Data.....	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN PENELITIAN	
4.1. GambaranUmumTempatPenelitian.....	50
4.1.1. SekilasProvinsi Nusa Tenggara Barat.....	50
4.1.2. SejarahPariwisata NTB.....	51

4.1.2.1. Pengaruh Bali dan Pariwisata Lombok.....	51
4.1.2.2. Periode Awal Pengembangan Pariwisata NTB	53
4.1.2.3. Periode Emas Pariwisata NTB.....	55
4.1.2.4. Krisis dan Runtuhnya Pariwisata NTB.....	57
4.1.3. BPPD NTB dan Pariwisata NTB.....	60
4.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata BPPD NTB.....	64
4.2.1. Tahap Perencanaan.....	69
4.2.1.1. <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> ...	69
4.2.1.2. Tujuan Komunikasi.....	80
4.2.1.3. Merancang Pesan.....	81
4.2.1.4. Saluran dan Alat Komunikasi.....	82
4.2.1.5. Menentukan Anggaran.....	83
4.2.2. Tahap Pelaksanaan.....	84
4.2.2.1. <i>Promotion Mix</i>	84
4.2.3. Tahap Evaluasi.....	98
4.3. Pembahasan.....	99
4.3.1. Tahap Perencanaan.....	102
4.3.2. Tahap Pelaksanaan.....	106
4.3.2.1. <i>Push Strategy dan Pull Strategy</i> di BPPD NTB.....	106
4.3.3. Tahap Evaluasi.....	111
4.3.4. Disintegrasi Komunikasi Pemasaran BPPD NTB....	112
4.3.4.1. Hambatan-hambatan Dalam Strategi Komunikasi BPPD NTB.....	115
BAB V :PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	135
5.2. Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN	150

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Tabel 2.1:	Matriks Penelitian Terdahulu	13
Gambar 2.1:	Proses Komunikasi	18
Gambar 2.2:	Komunikasi Pemasaran Terpadu menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong	20
Gambar 2.3:	Empat Kelompok Variabel dalam bauran promosi	22
Tabel 2.2:	<i>The Specifications of the Marketing Mix in Tourism</i>	23
Gambar 2.4:	Gambar Strategi Tarik (<i>Pull Strategy</i>) dan Strategi Dorong (<i>Push Strategy</i>)	32
Tabel 2.3:	Kelompok Usaha Industri Pariwisata dan Produk masing-masing	38
Gambar 2.5:	Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1:	Model Analisis Interaktif Miles and Hubberman	47
Gambar 4.1:	PetaProvinsi Nusa Tenggara Barat	50
Gambar 4.2:	Perbandingan grafik kunjungan wisatawan mancanegara di NTB dan Bali dari tahun 1990 hingga 2014.	53
Tabel 4.1 :	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke NTB tahun 1982-1990	55
Gambar 4.3:	Kartu pos dan prangko yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia dengan tema <i>Visit Indonesia Year 1991</i>	56
Tabel 4.3:	Perkembangan Jumlah Wisatawan Mancanegara ke NTB tahun 1990-1997	57
Gambar 4.4:	Perkembangan jumlah wisatawan mancanegara ke NTB tahun 1990 – 2014	59
Gambar 4.5:	Struktur Organisasi unsur penentu kebijakan BPPD NTB Periode 2014-2017	62
Gambar 4.6:	Grafik Kunjungan Wisatawan di Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2009-2013	63
Gambar 4.7:	Gambar di atas menunjukkan penumpukan sampah yang terbawa dari hulu ke muara kali Meninting.	68
Gambar 4.8:	Diskusi di sosial media mengenai jumlah wisatawan yang datang ke NTB tahn 2014	73
Gambar 4.9:	<i>Tagline</i> promosi pariwisata NTB yang dirancang BPPD NTB, <i>Holiday is Lombok Sumbawa</i>	79
Gambar 4.10:	<i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) produksi direktorat produksi kreatif BPPD NTB	82
Gambar 4.11:	Alokasi anggaran BPPD NTB Tahun 2014	84
Gambar 4.12:	Komentar masyarakat dan para pelaku pariwisata NTB ainnya terkait tampilan website resmi BPPD NTB	88
Gambar4.13:	Salah satu bentuk pesan dalam bentuk gambar dan video yang dirancang BPPD NTB	104
Gambar 4.14:	Gambar Strategi Tarik (<i>Pull Strategy</i>) dan	

Strategi Dorong (<i>Push Strategy</i>)	107
Gambar4.15: Kliping koran harian Lombok Post edisi 6 Desember 2014 yang memberitakan Promosi BPPD NTB ke Dubai	117
Gambar. 4.16: Contoh kegiatan-kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan Pemerintah Daerah di NTB.	122
Gambar4.17: Suasana acara Bau Nyale di Pesisir Selatan Lombok	124
Gambar 4.18 : Kliping koran harian Lombok Post edisi Senin 2 Febuari 2015	127
Gambar 4.19: Tampilan halaman online Radio Ida Lombok tentang polemik antara Asita NTB melawan BPPD NTB	129
Gambar 4.20: Kliping halaman olnilne Antara edisi 11 Desember 2014 yang memuat berita tentang pembekuan kepengurusan DPD ASITA NTB dan kliping koran harian Lombok Post edisi Senin 2 Maret 2015	129
Gambar 4.21: Kliping koran Radar Lombok edisi 5 dan 7 Januari Tentang laporan polisi yang dibuat BPPD NTB kepada Rudy Lombok dan kliping Harian Lombok Post edisi 19 Desember 2014	130