



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**IDENTIFIKASI PERMASALAHAN BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN**

**PARIWISATA ATRAKTIF PADA FESTIVAL TELUK TIFU**

**DI KABUPATEN BURU SELATAN**

UNIVERSITAS  
TESIS  
**MERCU BUANA**

**Oleh**

**Golda Meiyer Rieuwpassa**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2024**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**IDENTIFIKASI PERMASALAHAN BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN**

**PARIWISATA ATRAKTIF PADA FESTIVAL TELUK TIFU**

**DI KABUPATEN BURU SELATAN**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan**

**program studi Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**OLEH**

**Golda Meiyer Rieuwpassa**

**55221120049**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2024**



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

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : Golda Meiyer Rieuwpassa  
NIM : 55221120049  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi  
Pemasaran Pariwisata Atraktif Pada Festival Teluk  
Tifu Di Kabupaten Buru Selatan

Jakarta, 8 Agustus 2024

UNIVERSITAS  
Dosen Pembimbing  
MERCU BUANA

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

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

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi Pemasaran  
Pariwisata Atraktif Pada Festival Teluk Tifu Di Kabupaten  
Buru Selatan

Nama : Golda Meiyer Rieuwpassa

NIM : 55221120049

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 8 Agustus 2024

Jakarta, 8 Agustus 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah P., M.T)
3. Pembimbing :  
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)



(.....)



(.....)



(.....)

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

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi Pemasaran  
Pariwisata Atraktif Pada Festival Teluk Tifu Di Kabupaten  
Buru Selatan

Nama : Golda Meiyer Rieuwpassa

NIM : 55221120049

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

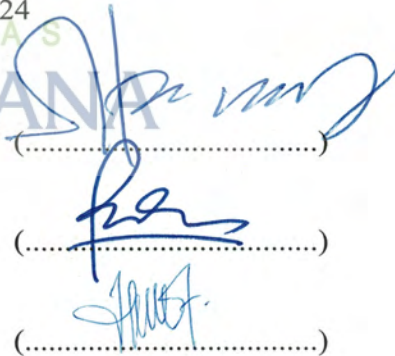
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 8 Agustus 2024

Jakarta, 8 Agustus 2024  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(Dr. Heri Budiarto, M.Si)
2. Penguji Ahli :  
(Dr. Rosmawaty Hilderiah P., M.T)
3. Pembimbing :  
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)



(.....)

(.....)

(.....)

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

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Golda Meiyer Rieuwpassa  
NIM : 55221120049  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran  
Judul Karya Akhir/Tesis : Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi  
Pemasaran Pariwisata Atraktif Pada Festival Teluk Tifu  
Di Kabupaten Buru Selatan

Jakarta, 8 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

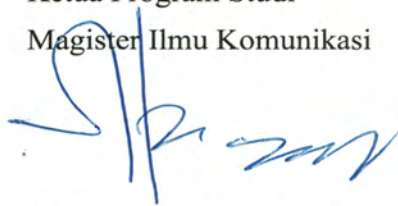
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



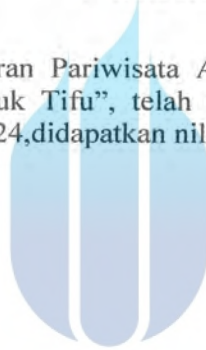
(Dr. Heri Budianto, M Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Golda Meiyer Rieuwpassa  
NIM : 55221120049  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Komunikasi Pemasaran Pariwisata Atraktif Kabupaten Buru Selatan Dalam Penyelenggaraan Event Festival Teluk Tifu”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 9 Juli 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 30%



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Juli 2024  
Administrator Turnitin

**Aulia Rahman, S.Ikom**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi Pemasaran Pariwisata Atraktif  
Pada Festival Teluk Tifu Di Kabupaten Buru Selatan  
Nama : Golda Meiyer Rieuwpassa  
N I M : 55221120049  
Program Studi : Magister Ilmu komunikasi  
Tanggal : 8 Agustus 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 8 Agustus 2024





## ABSTRAK

Salah satu daerah di Indonesia yang sedang dikembangkan dalam komponen pariwisatanya ialah kabupaten Buru Selatan yang telah menetapkan salah satu program rutin tahunan kunjungan *tourism* di Buru Selatan yakni Festival Teluk Tifu. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi permasalahan bauran komunikasi pemasaran atraktif pada Festival Teluk Tifu di Kabupaten Buru Selatan, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Penggunaan teori bauran komunikasi pemasaran pariwisata dengan konsep analisis SWOT. Temuan penelitian ini terdiri atas permasalahan komunikasi pemasaran pariwisata atraktif yaitu kurangnya koordinasi yang baik antara pihak pemerintah dengan masyarakat setempat terkait festival yang di laksanakan. Selain itu, kurang optimalnya media sosial yang digunakan dalam rangka memperkenalkan festival Teluk Tifu ini. Adapun hal yang perlu di lihat bahwa, proses menyiapkan alokasi anggaran untuk kepentingan pembangunan Infrastruktur di Desa Tifu yang belum di lihat secara serius dan tanggung jawab oleh pemerintah daerah. Pada upaya mempertahankan keberlanjutan festival Teluk Tifu menjadi event tahunan yang membawa dampak positif, maka penting bagi Masyarakat, pemerintah daerah dan semua *stakeholder* berkepentingan menjaga dan melestarikan lingkungan, alam sekitar.

**Kata kunci :** Bauran Komunikasi Pemasaran, Pariwisata Atraktif, Festival.

## **ABSTRACT**

*One of the regions in Indonesia that is being developed in its tourism component is the South Buru district which has established one of the annual routine programs for tourism visits in South Buru, namely the Tifu Bay Festival. The aim of the research is to identify problems with the attractive marketing communication mix at the Tifu Bay Festival in South Buru Regency, using descriptive qualitative research methods.*

*Use of tourism marketing communication mix theory with the concept of SWOT analysis. The findings of this research consist of communication problems in attractive tourism marketing, namely the lack of good coordination between the government and the local community regarding the festival being held. Apart from that, the social media used to introduce the Tifu Bay festival is less than optimal. The thing that needs to be seen is that the process of preparing budget allocations for the purposes of infrastructure development in Tifu Village has yet to be looked at seriously and responsibly by the local government. In an effort to maintain the sustainability of the Tifu Bay festival as an annual event that brings positive impacts, it is important for the community, local government and all stakeholders to have an interest in protecting and preserving the environment and the natural surroundings.*

**Keywords :** *Marketing Communication Mix, Attractive Tourism, Festivals.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan limpahan berkat dan karuniaNya yang diberikan dan juga dukungan dari kedua orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini dengan judul “Identifikasi Permasalahan Bauran Pemasaran Atraktif pada Festival Teluk Tifu di Kabupaten Buru Selatan”. Penelitian tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah mencurahkan perhatian dan meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan bimbingan serta motivasi dan dorongan kepada penulis sampai terselesaikannya penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa terlaksananya penelitian ini sampai pada penulisan tesis tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik moril maupun material. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih disertai dengan rasa penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi S2 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh dosen dan karyawan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan seluruh ilmunya.
4. Kepala Dinas dan seluruh staf Pemerintah Kabupaten Buru Selatan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Kabupaten Buru Selatan.

5. Pemerintahan Desa Tifu dan seluruh masyarakat yang telah bersedia menjadi narasumber dan membantu penulis dalam memberikan data-data penelitian bagi penulis.
6. Kedua orang tua (Papa Beni & Ibu Syul) dan Kakak (Bu Dino & Kaka Jean) yang telah memberikan arahan, semangat, serta doa yang tulus kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. *My best partner* Risaldi Salakay S.H yang menjadi salah satu penyemangat karena selalu menemani dan menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan tesis. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan, semangat dan tenaga sehingga penyusunan tesis ini dapat selesai. Semoga Tuhan Yesus selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
8. Sahabat (Sintya Monika & Jesica Siringoringo) dan teman-teman seperjuangan tesis yang selalu berbagi informasi, masukan, dan penjelasan kepada penulis, serta memberi semangat untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu, terima kasih untuk doa dan dukungannya secara tulus sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan segala baik.
10. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for being me at all times.*

Akhirnya, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti selanjutnya dalam proses penyelesaian tugas maupun studi akhir. Peneliti juga berharap melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembacanya.

Jakarta, 8 Agustus 2024

Golda Meiyer Rieuwpassa

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN SIMILARITY CHECK</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Rumusan Permasalahan.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat teoritis/akademis.....	8
1.5.2. Manfaat praktik.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1. PENELITIAN TERDAHULU.....	9
2.2. Landasan Teori.....	16
2.2.1 Teori Bauran Komunikasi Pemasaran Pariwisata ( <i>Marketing communication Mix</i> ).....	16
2.3. Analisis SWOT.....	24
2.4. Kerangka Konsep.....	26
2.4.1 Konsep Strategi.....	26
2.4.2. Pengembangan Pariwisata.....	28

2.5. Konsep Pariwisata Atraktif.....	30
2.5.1. Konsep Pariwisata Atraktif Berbasis Nilai Warisan Budaya dan Destinasi Pedesaan .....	32
2.8. Kerangka Berpikir.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Tipe Penelitian .....	36
3.2. Paradigma Penelitian .....	37
3.3. Metode Penelitian .....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1. Data Primer .....	40
3.4.2. Data Sekunder.....	42
3.5. Teknik Analisis Data .....	43
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Kabupaten Buru Selatan.....	47
4.1.1. Desa Buru Selatan .....	47
4.1.2. Objek Sejarah Teluk Tifu .....	51
4.1.3. Situasi Festival Teluk Tifu.....	53
4.2. Hasil Penelitian .....	58
4.2.1. Analisis SWOT Festival Teluk Tifu.....	58
4.2.2. Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Pariwisata Atraktif Festival Teluk Tifu.....	63
4.2.3. Identifikasi Permasalahan Bauran Komunikasi Pariwisata Atraktif Festival Teluk Tifu (Amenity dan Promotion) .....	69
4.3. Pembahasan Penelitian .....	78
4.3.1. Identifikasi Permasalahan Unsur Eminity pada Festival Teluk Tifu.....	78
4.3.2. Identifikasi Permasalahan Unsur Promotion pada Festival Teluk Tifu.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>83</b>
5.1. Kesimpulan .....	83
5.2. Saran .....	84

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Jumlah Kapal Wisatawan 2022.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	33
Tabel 4.1	Jumlah Kecamatan, Ibukota Kecamatan, Luas, Desa dan Dusun.....	63
Tabel 4.2	Jumlah Penduduk Kabupaten Buru Selatan.....	65





## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1.	Teluk Tifu .....	3
Gambar 1.2.	Teluk Tifu .....	5
Gambar 1.3.	Festival Teluk Tifu.....	6
Gambar 2.1.	Model Event Management Goldbatt .....	35
Gambar 2.3.	Kerangka Berpikir.....	45
Gambar 4.1.	Peta Pulau Buru Selatan.....	58
Gambar 4.2.	Patung Paul Behuku .....	60
Gambar 4.3.	Wisata Kapal Layar.....	62
Gambar 4.4.	Spot Diving Desa Tifu .....	63
Gambar 4.5.	Festival Teluk Tifu.....	64
Gambar 4.6.	Hotong Beauv .....	64
Gambar 4.7.	Tarian Cakalele .....	65
Gambar 4.8.	Sosial Media memperkenalkan Event Teluk Tifu.....	70
Gambar 4.9.	Sosial Media memperkenalkan Event Teluk Tifu.....	83
Gambar 4.10.	Sosial Media memperkenalkan Event Teluk Tifu.....	101