



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN KUDUS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
MUSEUM KRETEK**

**Studi Kasus Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas
Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan
Jumlah Pengunjung Museum Kretek**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama : Reski Rosalia

NIM : 14030114120045

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2018

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reski Rosalia

NIM : 14030114120045

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum
Kretek”**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 4 Juni 2018

Pembuat Pernyataan,

Reski Rosalia

14030114120045

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Jumlah
Pengunjung Museum Kretek**

Penyusun : Reski Rosalia

NIM : 14030114120045


Jurusan : Ilmu Komunikasi

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan
Strata I**

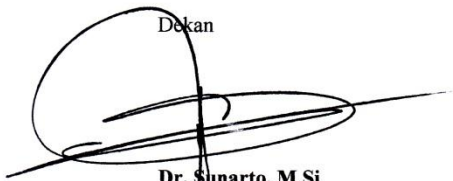
Semarang, 4 Juni 2018

Wakil Dekan I Bidang

Akademis


Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si
NIP.19610510.198902.1.002

Dekan


Dr. Sunarto, M.Si
NIP. 19660727.199203.1.001

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Hedi Pudjo Santoso, M.Si


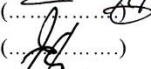

Dosen Penguji:

1. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si

2. Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.I.Kom

3. Drs. Hedi Pudjo Santoso, M.Si


(.....)


(.....)

(.....)

(.....)

“Jangan Tunda Waktumu Selagi Kamu Bisa”

“Dengan Niat, Semua Akan Selesai Pada Waktunya”

“Kekuatan Doa dan Usaha Akan Mengalahkan Segalanya”

“Doa dan Restu Ibu Adalah Obat yang Paling Mujarab”

“Berdoa dan Berusaha lebih dari Biasanya”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberi segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang.
3. Hapsari Dwinigtyas, S.Sos, M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro Semarang.
4. Drs. Hedi Pudjo Santoso, M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberi semangat dan membantu dalam terselenggaranya penyusunan skripsi ini.
5. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si dan Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.I.Kom selaku dosen penguji, terima kasih untuk masukan dan sarannya yang membangun.
6. Drs. Wiwid Noor Rakhmad, M.I.Kom selaku dosen wali, terima kasih untuk doa dan dukungannya selama ini.
7. Pada dosen Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang telah memberi bekal pengetahuan kepada penulis.
8. Orang tua tercinta, Bapak Rusiyanto dan Ibu Sas Mitrah yang telah memberikan semangat dan dorongan spiritual kepada penulis.

9. Mbak Sera Silviana dan Dek Putri Asriliani saudaraku tersayang yang selalu mendukung dan mengingatkanku supaya cepat lulus.
10. Pak Andy, Pak Yuli, dan Pak Yanto yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini.
11. Ario Nugroho kekasih hati yang selalu memberi semangat dan dukungan supaya cepat lulus.
12. Intan, Lili, Aini, Ainun, dan Sahlan teman seperjuangan yang berjuang bersama dan saling mendukung.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014 yang saling berjuang dan mendukung satu sama lain.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun.

ABSTRAKSI

Nama : Reski Rosalia

NIM : 14030114120045

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum Kretek

Penelitian ini didasarkan pada fenomena yang terjadi pada obyek wisata Museum Kretek yaitu adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2017 dan pada tahun 2014 sampai tahun 2017 Museum Kretek belum bisa mencapai target capaian yang sudah ditentukan. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupten Kudus Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum Kretek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupten Kudus dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata Museum Kretek dan mengevaluasi proses strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata Museum Kretek di Kabupaten Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi kasus pada strategi komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus terhadap Museum Kretek. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan subyek penelitian dan informan serta dokumentasi dari arsip Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan dengan menggunakan teknik analisis data yaitu penjadohan pola, strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam meningkatkan jumlah pengunjung obyek wisata Museum Kretek dapat ditarik kesimpulan bahwa : 1) Mengkomunikasikan program atau hal baru di berbagai media sebagai bentuk publikasi dan promosi. 2) Menjalinkan kerjasama dengan publik internal dan eksternal. 3) Memperbanyak program komunikasi untuk menarik pengunjung. 4) Melakukan inovasi dan perbaikan pada sarana dan prasarana Museum Kretek. 5) Memperbaiki SDM untuk pelayanan yang lebih baik.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Museum Kretek

ABSTRACT

Nama : Reski Rosalia
NIM : 14030114120045
Subject : The Strategy of The Marketing Communications Used by Culture and Tourism Office in Kudus to Increase The Number of Visitors at Museum Kretek

The research is based on the phenomenon that happened at Museum Kretek. In 2017, Museum Kretek has decline the number of the visitors, and in 2014 to 2017 Museum Kretek can't reach the target which has been determined. The problem of this research is how can the strategy of the marketing communication that used by culture and tourism office increase the number of visitor in at museum kretek. the aim of the research is to know and evaluate the strategy of marketing communication that used by culture and tourism office in Kudus in increasing the number of visitor at museum kretek.

The method that used in this research is qualitative descriptive with research method study case on the strategy of the marketing communication at Museum Kretek wich done by culture and tourism office in Kudus. To collect the data, the writer uses interview with the subject of the research and the informan and she also uses the documentation from the archives of culture and tourism office in Kudus.

Based on the result and the analysis of the research with using analysis data technique, wich is matching pattern and strategy communication done by culture and tourism office in Kudus in inceasing the number of the visitor at Museum kretek can be concluded that. 1. Communicating thhe program or a near thing in the some of media as a publication and promotion. 2. Establish cooperation with internal public and external. 3. Build many communication program to make the visitor more interested. 4. Doing innovation and improvement to infrastructure at Museum Kretek. 5. Improving the human resources for better service..

Keywords : communication strategy, Marketing, Museum Kretek

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala hidayah dan berkahnya hingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum Kretek. Disusunnya skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik bagi penulis, akademi, Disbudpar Kabupaten Kudus, dan berbagai pihak manapun yang dapat menggunakan informasi terkait dalam penelitian ini. Dalam skripsi ini dibahas mengenai strategi komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum Kretek untuk menarik seluruh lapisan masyarakat supaya mau mengunjungi dan berwisata ke Museum Kretek.

Skripsi ini mempunyai 5 bab. Bab pertama tentang pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan lain sebagainya. Bab kedua, mengulas tentang gambaran umum dan profil dari Museum Kretek. Bab ketiga, berisi tentang perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang telah dirancang oleh Disbudpar. Bab ke empat membahas tentang analisis dan pembahasan. Terakhir bab lima yaitu penutup yang isinya terdapat kesimpulan dan saran.

Banyaknya informasi yang telah didapat dalam penyusunan skripsi ini, penulis mencoba untuk mengolah informasi dengan konsep yang telah didapat.

Tentunya skripsi yang kami susun masih jauh dari sempurna, pesan-pesan dan kritikan menjadi sangat berarti untuk membangun skripsi yang kami susun.

Semarang, 4 Juni 2018

Reski Rosalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN <i>ABSTRACT</i>	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Signifikansi Penelitian	12
1.5 Kerangka Teori.....	13
1.5.1 Paradigma Konstruktivis	13
1.5.2 <i>State of the art</i>	14
1.5.3 Komunikasi dan Pemasaran.....	19
1.5.4 Strategi Komunikasi	29
1.6 Operasional Konsep	36
1.7 Metode Penelitian.....	38
1.7.1 Desain Penelitian	40
1.7.2 Situs Penelitian	40
1.7.3 Subjek Penelitian	41
1.7.4 Sumber Data	41
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data	42
1.7.6 Analisis Data.....	43
BAB II PROFIL MUSEUM KRETEK	
2.1 Kondisi Geografis Kabupaten Kudus.....	44
2.2 Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus	45
2.3 Profil Museum Kretek.....	45
2.4 Sejarah Museum Kretek.....	52

**BAB III PERENCANAAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN KUDUS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG MUSEUM
KRETEK**

3.1 Pemahaman Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Kretek.....	56
3.1.1 Latar Belakang Strategi Komunikasi Pemasaran	58
3.1.2 Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Kretek.....	59
3.1.3 Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Kretek.....	60
3.2 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Museum Kretek.....	61
3.2.1 Analisis Situasi	61
3.2.2 Communication Objective	62
3.2.3 Targeting.....	63
3.2.4 Menentukan Pesan.....	65
3.2.5 Pemilihan Media.....	66
3.2.5.1 Facebook	66
3.2.5.2 Instagram.....	67
3.2.5.3 Leaflet	67
3.2.5.4 Booklet	68
3.2.5.5 Kalender	69
3.2.6 Komunikasi.....	71
3.2.6.1 Melakukan Kerjasama.....	71
3.2.6.2 Event	73
3.3 Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus	76
3.3.1 Monitoring dan Evaluasi	76

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu atau <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	78
4.2 Elemen-elemen <i>Integrated Marketing Communication</i>	87
4.3 Tahapan-Tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi.....	92

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Obyek Wisata Unggulan di Kabupaten Kudus	4
Tabel 1.2 Anggaran Dana Pariwisata Kabupaten Kudus Tahun 2014-2018 ...	39
Table 4.1 Tujuh Tahap Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus	80
Table 4.2 Analisis SWOT	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gerbang Masuk Museum Kretek	46
Gambar 2.2 Permainan Anak	47
Gambar 2.3 Bioskop Museum Kretek.....	48
Gambar 2.4 <i>Techno Hall</i> Museum Kretek	48
Gambar 2.5 Waterboom Museum Kretek	49
Gambar 2.6 Rumah Adat Kudus	49
Gambar 2.7 Patung Museum Kretek	50
Gambar 2.8 Kotak Pamer Bungkus Rokok	50
Gambar 2.9 Diorama Kesibukan Rakyat Kudus	51
Gambar 3.1 Facebook Museum Kretek	66
Gambar 3.2 Instagram Museum Kretek	67
Gambar 3.3 Leaflet Museum Kretek.....	68
Gambar 3.4 Booklet Museum Kretek	69
Gambar 3.5. Kalender Museum Kretek	70
Diagram 3.1 Diagram Analisis Perencanaan strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus	57

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara