

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. VENTURA SEMESTA WISATA  
DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



**Disusun Oleh:**

**RIFQY FAWWAZ RAIHANNUR**

**2000030005**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA BUDAYA DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. VENTURA SEMESTA WISATA  
DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan**



**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan  
telah memenuhi syarat untuk diujikan**

**Yogyakarta, 14 Juni 2024**

**Pembimbing**



**Iva Fikrani Deslia, S.I.P., M.A.**

**NIPM. 19901215201190880111335207**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. VENTURA SEMESTA WISATA  
DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH**

**SKRIPSI**

Oleh:

**RIFQY FAWWAZ RAIHANNUR**

**2000030005**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada 14 Juni 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

**SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI:**

1. Ketua : Iva Fikrani Deslia, S.I.P., M.A.
2. Penguji 1 : Ardiyanto Wardhana, Dr., S.Sos., M.Si.
3. Penguji 2 : Indah Wenerda, S.Sn., M.A.



Yogyakarta, 14 Juni 2024

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi



**Wajiran, S.S., M.A., Ph.D**

**NIPM. 197912182003091110900733**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqy Fawwaz Raihannur

NIM : 2000030005

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PT. VENTURA SEMESTA  
WISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I. Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan diperguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya Ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Kepala Program Studi



**Fitrinanda An-Nur, S.I. Kom., M.A.**  
NIPM. 19930605 201810011 1311335

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Yang menyatakan



**Rifqy Fawwaz Raihannur**  
NIM. 2000030005



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifqy Fawwaz Raihannur  
NIM : 2000030005  
Email : rifqy2000030005@webmail.uad.ac.id  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Judul Tesis : STRATEGI KOMUNIKASI PT. VENTURA SEMESTA  
WISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri. tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 14 Juni 2024



Rifqy Fawwaz Raihannur

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifqy Fawwaz Raihannur  
NIM : 2000030005  
Email : rifqy2000030005@webmail.uad.ac.id  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : STRATEGI KOMUNIKASI PT. VENTURA SEMESTA  
WISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON  
JAMAAH UMRAH

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (~~mengijinkan~~ / ~~tidak-mengijinkan~~)\* karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 14 Juni 2024



Rifqy Fawwaz Raihannur

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Iva Fikrani Deslia, S.I.P., M.A.

NIPM. 19901215201190880111335207

## **MOTTO**

***“Man jadda wa jadda”***

**“barang siapa yang bersungguh - sungguh maka ia akan berhasil”**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

Orang tua peneliti yang telah memberikan support sistem yang tak terbatas.

Bapak Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UAD, atas bimbingan dan arahannya.

Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi UAD.



## **KATA PENGANTAR**

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga kita masih diberi izin serta kesempatan untuk menyelesaikan tugas dan kewajiban kita, sholawat serta salam kita haturkan pada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PT. VENTURA SEMESTA WISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON JAMAAH UMRAH” ini merupakan suatu persyaratan untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Di dalam melakukan penelitian terkait skripsi tersebut, tentunya peneliti tidak dapat bekerja maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT. atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
2. Prof. DR. Muchlas, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan
3. Wajiran, S.S., M.A. Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan 2022 – sekarang
4. Fitrinanda An Nur, S.I. Kom., M.A, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan
5. Iva Fikrani Deslia, S.I.P., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi serta sosok panutan yang selalu membantu saya dalam segala hal
6. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan
7. Bapak/Ibu Segenap Karyawan dan staff Universitas Ahmad Dahlan

8. Orang tua tercinta dan terkasih, Ayahku Johan Efendi dan Ibuku Eni Nuryani yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, cinta, perhatian, nasihat, dan bimbingannya bagi peneliti. Semoga Allah SWT. selalu memberikan limpahan kasih sayang-Nya untuk mereka.
9. Perusahaan Ventour PT. Ventura Semesta Wisata yang telah memberikan izin sebagai objek dalam penelitian.
10. Sahabat – sahabatku dan teman – teman Prodi Ilmu Komunikasi
11. Mahasiswi dengan NIM 2000011197 yang telah memberikan semangat serta dukungannya dalam penyusunan penelitian ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam kajian Ilmu Komunikasi.

Yogyakarta, 14 Juni 2024



Rifqy Fawwaz Raihannur

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES .....	v
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTISARI.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
E. Kajian Pustaka .....	11
1. Penelitian Terdahulu .....	11
2. Kerangka Teori.....	16
F. Kerangka Penelitian .....	38
G. Metode Penelitian.....	38
1. Jenis penelitian .....	38

2. Lokasi/objek.....	39
3. Waktu penelitian .....	39
4. Teknik pengumpulan data .....	39
5. Teknik analisis data.....	41
6. Teknik validasi data .....	42
BAB II.....	43
DESKRIPSI UMUM.....	43
A. Profil Perusahaan.....	43
B. Produk – produk Ventour PT. Ventura Semesta Wisata .....	54
C. Domisili Ventour PT. Ventura Semesta Wisata .....	59
BAB III .....	61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Hasil.....	61
B. Pembahasan .....	89
BAB IV .....	96
KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN.....	103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konferensi Pers tersangka MA, HA, dan HS PT. NSWML.....	7
Gambar 1.2 Proses penangkapan tersangka di Polda Metro Jaya.....	7
Gambar 2.1 Nomor Induk Berusaha Ventour PT. Ventura Semesta .....	45
Gambar 2.2 Izin Usaha PT. Ventura Semesta Wisata.....	46
Gambar 2.3 Sertifikat Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus PT. Ventura Semesta Wisata .....	46
Gambar 2.4 Ventour Travel sebagai PPIU Resmi .....	47
Gambar 2.5 Sertifikat IATA PT. Ventura Semesta Wisata .....	47
Gambar 2.6 Asosiasi Keanggotaan PT. Ventura Semesta Wisata .....	49
Gambar 2.7 Ketentuan 5 Pasti Umrah.....	50
Gambar 2.8 Logo Perusahaan Ventour .....	52
Gambar 2.9 Paket Umroh Proven .....	54
Gambar 2.10 Gambar Paket Umroh Reguler .....	54
Gambar 2.11 Gambar Paket Umroh Plus.....	55
Gambar 2.12 Gambar Paket Umroh LCU.....	56
Gambar 2.13 Gambar Paket Umroh Five Star .....	57
Gambar 2.14 Gambar Paket Moslem Tour .....	58
Gambar 3. 1 Media Sosial Instagram Ventour Travel .....	63
Gambar 3. 2 Keunggulan Ventour Travel.....	65
Gambar 3. 3 Kerjasama Penginapan Hotel Ventour Travel.....	75
Gambar 3. 4 Kerjasama Penerbangan Maskapai Ventour Travel.....	76
Gambar 3. 5 Website Ventour Travel .....	78
Gambar 3. 6 Instagram Ventour Travel .....	79
Gambar 3. 7 Konten Edukatif Ventour Travel pada Media Sosial Instagram .....	80
Gambar 3. 8 Facebook Ventour Travel.....	81
Gambar 3. 9 Youtube Ventour Travel.....	81
Gambar 3. 10 Tik Tok Ventour Travel .....	82
Gambar 3. 11 Event Ventour Festival.....	83
Gambar 3. 12 Kantour Ventour Travel .....	84
Gambar 3. 13 Evaluasi Ventour Travel.....	88



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data total keseluruhan Jamaah Umrah Indonesia 1435-1440 H.....	5
Tabel 1. 2 Peneliti Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Jumlah Total Keseluruhan Musim 1439 – 1445 H Ventour .....	85
Tabel 3. 2 perolehan Seat Ventour Travel Musim 1444 H .....	86

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian .....	38
Bagan 2. 1 Struktur Perusahaan Ventour .....	53

## **ABSTRACT**

This research is entitled "Public Relations Strategy Ventour PT. Ventura Semesta Wisata in Building the Image and Trust of Prospective Umrah Pilgrims." PT. Ventura Semesta Wisata is a travel agency company that was founded in 2018 with a greater focus on Hajj and Umrah pilgrimages. This research aims to determine the travel Public Relations strategy of Ventour PT. Ventura Semesta Wisata in building the company's image, as well as how Public Relations forms and builds the trust of prospective Umrah pilgrims.

The method used in this research is a qualitative type with a case study approach. This research was conducted at Ventour PT. Ventura Universe Wisata. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation.

The results of this research show that Ventour Travel's Public Relations has implemented a strategy in accordance with the opinion of Cutlip, Center & Broom (2009), namely the first stage of Determining the Problem by collecting data related to the company's impact on news about the widespread fraud of Umrah travel agencies and how to build the image and trust of the congregation. The second is Planning & Preparing the Program by determining a strategy by creating testimonials from pilgrims who have used Ventour Travel services. Third, namely Action and Communication by providing excellent service to the congregation, making testimonials and distributing them through Ventour's social media. Fourth, namely Program Evaluation by holding evaluation meetings related to the program being implemented.

Keywords: Image, Public Relations, Public Trust

## INTISARI

Penelitian ini berjudul “Strategi *Public Relations* Ventour PT. Ventura Semesta Wisata dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Calon Jamaah Umroh”. PT. Ventura Semesta Wisata adalah perusahaan biro travel yang berdiri sejak tahun 2018 dengan lebih fokus pada perjalanan ibadah Haji dan Umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* travel Ventour PT. Ventura Semesta Wisata dalam membangun citra perusahaan, serta bagaimana *Public Relations* dalam membentuk dan membangun kepercayaan calon jamaah umrah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Ventour PT. Ventura Semesta Wisata. Teknik dalam pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* Ventour Travel sudah menjalankan strategi sesuai dengan pendapat Cutlip, Center & Broom (2009) yaitu tahap pertama Menentukan Masalah dengan mengumpulkan data terkait dampaknya perusahaan terhadap berita maraknya penipuan biro travel umroh dan bagaimana membangun citra dan kepercayaan jamaah. Kedua yaitu Perencanaan & Penyusunan Program dengan menetapkan strategi dengan membuat testimoni – testimoni jamaah yang pernah menggunakan jasa Ventour Travel. Ketiga yaitu Aksi dan Komunikasi dengan memberikan pelayanan prima bagi jamaah, membuat testimoni dan disebarakan melalui media sosial Ventour. Keempat yaitu Evaluasi Program dengan melakukan rapat evaluasi terkait program yang dijalankan.

Kata kunci: Citra, Kepercayaan Publik, *Public Relations*