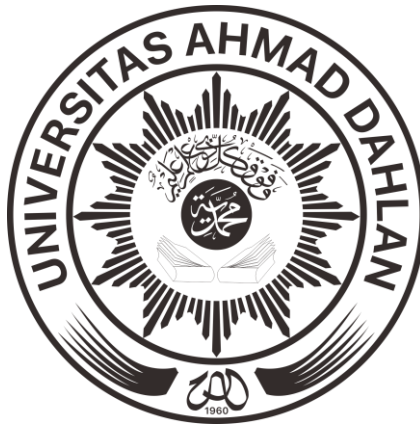


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA
WISATA BUR TELEGE**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi



Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan

Disusun Oleh :

Hafizh Usan Rezda

2000030036

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA BUR
TELEGE**

SKRIPSI

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



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

**Yogyakarta, 07
Agustus 2024
Pembimbing**

**Muhammad Thoyib Anjali, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIPM. 19930119 201908 111 1335154**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA BUR TELEGE

SKRIPSI

OLEH:

HAFIZH USAN REZDA

2000030036

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada 22 Agustus 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 : Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom.
2. Penguji 1 : Dr. Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A.
3. Penguji 2 : Iva Fikrani Deslia, S.I.P., M.A.



Yogyakarta, 22 Agustus 2024
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Dekan



Nur Hafidza, S.S., M.A., Ph.D
NPM. 197912182003091110900733

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafizh Usan Rezda

NIM : 2000030036

Email : Hafizh2000030036@webmail.uad.ac.id

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA BUR TELEGE

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar ilmu komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang 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.

Yogyakarta, 22 Agustus 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 19930605 201810 011 1311335

Yang menyatakan



Hafizh Usan Rezda
NIM. 2000030036

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafizh Usan Rezda

NIM : 2000030036

Email : hafizh2000030036@webmail.uad.ac.id

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya dan Komunikasi

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA
BUR TELEGE**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di instansi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisiterakhir 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 dikemudian 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, 22 Agustus 2024
Yang menyatakan



Hafizh Usan Rezda
NIM. 2000030036

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Nama : Hafizh Usan Rezda
NIM : 2000030036
Email : hafizh2000030036@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Sastra, Budaya dan Komunikasi
Program Studi : ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : **STRATEGI KOMINIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA BUR TELEGE**

Dengan ini menyatakan sepenuhnya kepada pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta untuk menyimpan. Mengatur akses serta melakukan pengelolaan akses terhadap karya saya ini dengan mengacu kepada ketentuan pada ketentuan akses tugas akhir elektronik segala berikut (beritanda tanda pada kotak) :

☒ Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui,
Pembimbing,



Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIPM. 199301102019081111335154

Yogyakarta, 22 Agustus 2024



Hafizh Usan Rezda
NIM. 2000030036

MOTTO

“In a world of worries, be the warrior”

“Dalam dunia yang penuh kekhawatiran, jadilah pejuang”

“Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap kearahnya. Maka berlombalah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Seseungguhnya Allah SWT maha kuasa atas segala sesuatu.

(Q.S Al-Baqarah : 148)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Pertama dan yang paling utama adalah kedua orang tua bapak Mustafa Reza Putra dan Ibu Yuanita Wilda, serta adik kandung saya. Mereka yang selalu mendukung dan mensupport saya dalam segala hal, senyum kedua orang tua yang selalu saya jadikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang sudah banyak membantu dan membimbing saya dalam proses pembelajaran.

Teman dan kerabat dekat saya yang selalu ada buat saya dan selalu mendukung saya disaat dalam keadaan pusing dan selalu memberikan motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kita panjatkan dalam kehadiran Allah SWT, atas limpahan dan Rahmat hidayahnya sehingga kita masih diberi Kesehatan serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas dan kewajiban kita. Selanjutnya shalawat beriringkan salam kita haturkan pada junjungan besar kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan kea lam ilmu pengetahuan yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN POKDARWIS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN DI DESA WISATA BUR TELEGE” 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 anugerahnya sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., M.a., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan Solusi serta masukan-masukan positif kepada saya.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Bapak/Ibu segenap karyawan di Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi UAD.
8. Ayah dan Ibu saying yang selalumemberikan dukungan dan terus berdoa, alhamdulillah dan terima kasih atas doanya sehingga saya sampai dititik ini.
9. Adik kandung saya Thariq Alfath Rezda dan Khansa Afifah Rezda yang selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi.
10. Keluarga Besar Oesman Manaf.
11. Keluarga Besar H. Anwar Syukri.
12. Keluarga Besar FC. Putra Bale
13. Keluarga Besar Reje Bujang.
14. Teman dan kerabat Ilmu komunikasi
15. Semua pihal yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan

beribu terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Ami

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABLE.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat bagi Akademik.....	5
2. Manfaat bagi Praktis	5
E. KAJIAN PUSTAKA.....	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Landasan Teori.....	9
a. Komunikasi Pemasaran.....	9
b. Strategi Komunikasi Pemasaran	11
F. Kerangka Pemikiran.....	24
G. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
1. Lokasi/Objek Penelitian.....	25
2. Waktu Penelitian.....	25
3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
4. Teknik Analisis Data.....	28

Uji Keabsahan Data	30
BAB II.....	32
DESKRIPSI UMUM	32
Gambaran Umum.....	32
1. Profil Desa Hakim Bale Bujang.....	32
BAB III	41
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Situation Analysis	41
2. Objectives (tujuan yang akan dicapai).....	50
3. Strategy	53
4. Tactics	56
5. Action.....	62
6. Control	65
B. Pembahasan.....	69
BAB IV	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABLE

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 1.2 Matriks SWOT.....	15
Table 2.1 Jumlah Penduduk Desa Hakim Bale Bujang	34
Table 2.2 Logo Pokdarwis	39
Table 3.1Kekuatan (Strengt).....	46
Table 3.2 Kelemahan (Weakness)	46
Table 3.3 Peluang (Opportunity) & Ancaman (Threats)	47
Table 3.4 Matriks SWOT.....	49
Table 3.5 Product.....	62
Table 3.6 Harga Atraksi	62
Table 3.7 Harga Amenitas	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1Jumlah Pengunjung	3
Gambar 3.1 Pengunjung Bur Telege.....	42
Gambar 3.2 Wisata Buntul Rintis	43
Gambar 3.3 Instagram Bur Telege.....	44
Gambar 3 4 TikTok Wisata Bur Telege.....	45
Gambar 3.5 Pengunjung Bur Telege Sumber : Dokumentasi Peneliti.....	54
Gambar 3.6 Wisatawan Mancanegara	55
Gambar 3.7 Wisata Bur Telege.....	56
Gambar 3.8 Harga di wisata bur telega.....	58
Gambar 3.9 Maps dari pusat kota ke Lokasi bur telege	60
Gambar 3.10 Youtube wisata bur telege.....	61
Gambar 3.11 Papan Arah.....	63
Gambar 3.12 Instagram Bur Telege.....	64
Gambar 3,13 Tiktok @burtelegereal.....	65
Gambar 3.14 Rating Maps	66

INTISARI

Desa Wisata Bur Telege masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Salah satu masalah utama adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat umum tentang keberadaan desa pariwisata ini. Banyak wisatawan yang belum mengetahui potensi wisata yang menarik di Desa Wisata Bur Telege. Dengan merancang strategi promosi yang matang dan efektif, serta melibatkan masyarakat lokal secara aktif, Pokdarwis Desa Wisata Bur Telege berharap dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Diharapkan kesadaran akan potensi pariwisata menarik di desa ini akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan peningkatan kualitas hidup warga setempat.

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif, bertujuan menyajikan deskripsi komprehensif dan mendalam mengenai kondisi serta kejadian di lokasi penelitian. Teknik pengambilan data mencakup interview, pengamatan langsung, dan penelusuran dokumen. Proses analisis melibatkan tahapan penyederhanaan informasi, penyajian data, konfirmasi temuan, penarikan kesimpulan, serta pengujian validitas hasil.

Hasil dalam penelitian ini yaitu meningkatkan jumlah wisatawan yang dilakukan oleh pokdarwis desa wisata bur telege melalui komunikasi pemasaran model SOSTAC yang dikemukakan oleh Paul.R Smith (1993). Dengan menggunakan SOSTAC pokdarwis dapat mengetahui Langkah-langkah untuk meningkatkan jumlah wisatawan dengan menganalisis situation, objectives, strategy, taktik, action dan control.

Kata Kunci : Desa wisata bur telega, Pokdarwis, Wisatawan, Meningkatkan, SOSTAC

ABSTRACT

The Bur Telege Tourist Park in Takengon, Central Aceh, is facing challenges in increasing the number of tourist visits. One of the main issues is the lack of awareness and understanding among the general public about the existence of this tourist destination. Many tourists are unaware of the attractive tourist potential of Bur Telege. By designing a mature and effective promotional strategy and actively involving local communities, the Bur Telege Tourist Park hopes to increase the number of tourist visits. It is expected that increased awareness of the attractive tourist potential of this destination will have a positive impact on local economic growth, cultural preservation, and the improvement of the quality of life for local residents.

This study uses a qualitative descriptive method to provide a detailed and comprehensive picture of the situation and events on the ground. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. Data analysis involved data reduction, display, verification, conclusion, and validation of the data.

The results of this study show that the Bur Telege Tourist Park increased the number of tourists through marketing communication using the SOSTAC model proposed by Paul.R Smith (1993). By using SOSTAC, the park was able to analyze the situation, objectives, strategy, tactics, action, and control to increase the number of tourists.

Keywords: Bur Telege tourist village, Pokdarwis, Tourists, Increasing, SOSTAC