

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DALAM
POTENSI WISATA TELAGA NGEBEL DI ERA PANDEMI**

(VIRUS CORONA 19)

SKRIPSI



MEILITA PERMATASARI

172 405 38

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN LOGO



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DALAM
POTENSI WISATA TELAGA NGEBEL DI ERA PANDEMI
(VIRUS CORONA 19)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial
Dan Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi**

MEILITA PERMATASARI

172 405 38

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Meilita Permatasari /172 405 38 ini.

Telah Dipriksa dan disetujui untuk di uji

Ponorogo, 08 juli 2021

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605



Oki Cahyo N, M.I.KOM
NIDN.0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Meilita Permatasari ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

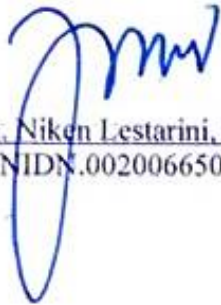
Pada : Selasa

Tanggal : 27 Juli 2021

Pukul : 10.00-11.00 WIB

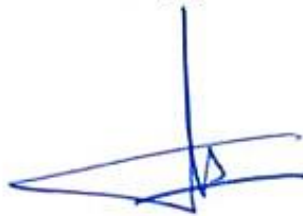
DEWAN PENGUJI

Penguji I



Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN.0020066503

Penguji II



Oki Cahyo N, M.I.KOM
NIDN.0728018304

Penguji III



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK.19860325 201309 13

MOTTO

“Mentari akan selalu bersinar lagi, Sinarnya untuk kedamaian bumi
secerah cahaya yang selalu menyelinap dihati bagai semangat untuk selalu berdiri,
Semangat hiduppun telah menjala membakar tenaga untuk berkarya membangun
negeri demi sebuah cita-cita”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dalam Potensi Telaga Ngebel di Era Pandemi (Virus Corona-19)”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Srata Satu (Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unervisitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si.,Ph.D Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang tidak bias penulis ungkapkan
4. Bapak Oki Cahyo N, M.I.KOM dan Ibu Dra. Niken Lestari, M.SI, Yang sudah menguji saya saat siding sekripsi
5. Bapak Yusub S Dharmadi Jaya Prabowo S.S.,TP, yang telah memberikan izin saya penelitian di Wisata Telaga Ngebel

6. Bapak Dwi Cahyanto Sh,M.,Si, yang telah membimbing dan membantu dalam penelitian di Wisata Telaga Ngebel
7. Bapak Sugianto dan Ibu Puji Astuti, orang tua yang selalu memeberikan support
8. Zainal Rofiudin, Pangestu Adita Pratama, seseorang laki-laki yang telah memberikan semangat dan menemani saya menyelesaikan skripsi
9. Indah Nur Safira, Deby Gusti Maharani, Ludvita Isnandar, Sahabat di kampus yang selalu memberikan semangat
10. Seluruh Dosen dan Tenaga Kerja Di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi Ilmu Komunikasi, selalu memberikan bimbingan berupa ilmu dan pengetahuan

Penulisan hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 8 Juli 2021

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meilita Permatasari

Alamat : JL. Sadewo No.12 Brotonegaran Ponorogo

No.Identitas (NIM) : 172 405 38

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

Adalah observasi, pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulis.

Ponorogo, 09 Juli 2021



(Meilita Permatasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITI	6
D. MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. PARIWISATA.....	8
B. PENGERTIAN MANAJEMEN PEMASARAN	9
C. KERANGKA PIKIR.....	20
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN	22
A. LOKASI PENELITIAN	22
B. JENIS PENELITIAN	22
C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	22
D. DATA DAN SUMBER DATA	23
E. TEKNIK PENGUMULAN DATA	24

F. VALIDITAS DATA	26
G. TEKNIS ANALISIS DATA	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. PROFIL DINAS PARIWISATA KABUPATEN PONOROGO DAN KEC. NGEBEL.....	28
B. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	28
C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA Kec. PONOROGO DALAM POTENSI WISATA TELAGA NGEBEL DI ERA PANDEMI (VIRUS CORONA-19)	31
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
A. KESIMPULAN.....	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63



DAFTAR TABEL

1. KERANGKA PIKIIR.....	21
2. INFORMAN PENELITIAN.....	24
3. WISATA KECAMATAN NGEBEL.....	30



DAFTAR GAMBAR

1. PEMASANGAN BALIHO.....	37
2. PEMASANGAN BALIHO.....	38
3. INSTRAGRAM NGEBEL.....	40
4. LARUNGAN TELAGA NGEBEL.....	44
5. BUPATI SUGIRI DENGAN INVESTOR MAROKO DI TELAGA NGEBEL.....	50
6. BUPATI SUGIRI BERTANDA TANGAN ATAS KERJA SAMA DENGAN INVESTOR MAROKO.....	51
7. TIKET WISATA TELAGA NGEBEL.....	52
8. WBSITE DINAS PARIWISATA PONOROGO.....	53
9. PENGUNJUNG WISATA TELAGA NGEBEL DI ERA NEW NORMAL.....	55
10. PINTU MASUK TELAGA NGEBEL.....	57
11. PKLYANG WISATAWANNYA DI ALOKASIKAN DITENGAH JALAN RAYA (DEPAN DERMAGA).....	58
12. PAMFLET WISATA TELAGA NGEBEL Di MEDIA SOSIAL.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1. PEDOMAN WAWANCARA DINAS PARIWISATA.....65
2. PEDOMAN WAWANCARA KEC. NEGEBEL.....67
3. DOKUMEN WISATA TELAGA NGEBEL.....69



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DALAM POTENSI WISTA TELAGA NGBEL DI ERA PANDEMI (VIRUS CORONA 19)

Oleh

MEILITA PERMATASARI

Wilayah suatau daerah atau kota saat ini tidak dapat dipisahkan dari peran pemerintah daerah. Pemerintah membuat berbagai program dari berbagai sektor untuk menggali potensi dan memajukan. Sektor saat ini memiliki tren adalah pariwisata. Pariwisata adalah salah satu tujuan atau daya tarik terkuat untuk suatu daerah. Sementara itu, keberhasilan program pemerintah tergantung pada berbagai aspek. Salah satu aspek penting yang harus dipertimbangkan oleh pemerintah adalah aspek komunikasi. Komunikasi penting untuk memperkuat hubungan baik antara pemerintah dan komunitas terkait rencana. Apalagi di Kabupaten Ponorogo mempunyai destinasi yang alami yaitu Telaga Ngebel, Wisata telaga ngebel saat ini juga mempunyai potensi yang ada didalamnya seperti wisata mloko sewu, wisata air terju, wisata pepadnian panas, wisata NAP (Ngebwl Advection prak) dan satu yang tidak kalah dengan pembicaraan wisatawan yaitu dengan adanya kampung durian, hal ini dapat mempromosikan wisata telaga ngebel itu dalam mengaertikan beranegaraga. Studi ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, termasuk menggambarkan bagaimana cara mempromosikan Dinas Pariwisata Ponorogo dalam mempromosikan pariwisata Telaga Ngebel di Era New Normal. Para peneliti menerima hasil dari pemeliharaan, observasi dan dokumentasi. hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan bauran promosi Dinas Pariwisata Ponorogo telah mematuhi Teori Bauran Pemasaran yaitu: (1) Product, (2) Price, (3) Place, (4) Promotion, (5) Power, (6) Proses (7) Physical Evidence, (8) People, (9) dan Public Relations. Sementara itu, dukungan promosi telah menjadi adanya dukungan pengantar yang digunakan, termasuk media konvensional, yaitu radio, media luar, yaitu baliho dan media baru (Internet) Facebook, Instagram dan YouTube

Kata Kunci: Pariwisata, Manajemn Pemasaran, Msrketing 9P, Wisata Telaga Ngebel di Era Pandemi

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE TOURISM DEPARTMENT'S PROMOTION STRATEGY IN THE TOURISM POTENTIAL OF THE NGBEL LAKE IN THE PANDEMIC ERA (CORONA VIRUS-19)

BY

MEILITA PERMATASARI

The current territory of a region or city cannot be separated from the role of local government. The government makes various programs from various sectors to explore potential and advance. The sector currently having a trend is tourism. Tourism is one of the strongest destinations or attractions for an area. Meanwhile, the success of government programs depends on various aspects. One important aspect that must be considered by the government is the communication aspect. Communication is important to strengthen good relations between the government and the community regarding the plan. Moreover, Ponorogo Regency has a natural destination, namely Ngebel Lake, Lake Ngebel tourism currently also has potential in it such as mloko sewu tourism, waterfall tourism, hot spring tourism, NAP tourism. (Ngebel Adventure Park) and one that is not inferior to tourists' conversations, namely the existence of a durian village, this can promote tourism at the Ngebel lake in terms of being a nation. This study uses descriptive research with a qualitative approach, including describing how to promote the Ponorogo Tourism Office in promoting Ngebel Lake tourism in the New Normal Era. The researchers received the results of the maintenance, observation and documentation. The results showed that the stages of the promotion mix of the Ponorogo Tourism Office had complied with the Marketing Mix Theory, namely: (1) Product, (2) Price, (3) Place, (4) Promotion, (5) Power, (6) Process (7) Physical Evindence, (8) People, (9) and Public Relations. Meanwhile, promotional support has become an introductory support used, including conventional media, namely radio, external media, namely billboards and new media (Internet) Facebook, Instagram and YouTube.

Key Word: Tourism, Management Marketing, Ngebel Lake, Tourism in the Pandemic Era