

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PARIWISATA DI MASA
PANDEMI COVID 19 DALAM PENGEMBANGAN WISATA MONUMEN
BUKIT SOEHARTO DI PONOROGO**

SKRIPSI



ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022



**ANALISIS STRATEGI MARKETING PARIWISATA DI MASA
PANDEMI COVID 19 DALAM PENGEMBANGAN WISATA MONUMEN
BUKIT SOEHARTO DI PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial

dan Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

MUHAMMAD RIZAL FARDHANA

17240600



ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

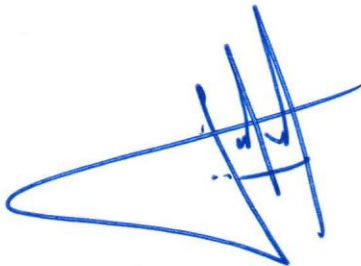
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Rizal Fardhana / 17240600 ini.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 26 Januari 2022

Pembimbing I



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0707078204

Pembimbing II



Krisna Megantari, M.A
NIDN: 0724048604

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Muhammad Rizal Fardhana ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Kamis

Tanggal : 03 Februari 2022

Pukul : 10.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN: 0702088201

Penguji II



Krisna Megantari, M.A
NIDN: 0724048604

Penguji III



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0707078204

Mengetahui,

Dekan,




Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK.19860325 201309 12

MOTTO

“ Sebuah permata tidak akan dapat dipoles tanpa gesekan, demikian juga kita sebagai manusia tidak akan menjadi sukses tanpa melewati tantangan”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Strategi Marketing Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19 Dalam Pengembangan Wisata Monumen Bukit Soeharto di Ponorogo”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata 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 terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunukasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Deny Wahyu Tricana,S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Septya Agit Suryana selaku salah satu pengelola objek wisata Monumen Bukit Soeharto di Ponorogo yang telah memberikan izin saya untuk melakukan penelitian.

5. Bapak Tikno Hadianto dan Ibu Mujiati selaku orang tua saya yang selalu memberikan support dan semangat.
6. Indah Nur Safira, Alfi Na'imatu, Isna Nur H dan Machmud Ichfannudin, sahabat teman kampus yang selalu meberikan support, semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan tenaga kerja di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi Ilmu Komunikasi, yang selalu memberikan bimbingan serta ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi saya.

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

Ponorogo, 26 Januari 2022

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizal Fardhana

Alamat : Dukuh Kerajan Barat, Desa. Kutuwetan, Kec.Jetis,
Ponorogo

No.Identitas (NIM): 17240600

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

**“Analisis Strategi Marketing Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19
Dalam Pengembangan Wisata Monumen Bukit Soeharto di Ponorogo”**

adalah observasi,pemikiran dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya 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, 26 Januari 2022

Yang menyatakan



(Muhammad Rizal Fardhana)

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	I
HALAMAN LOGO.....	II
HALAMAN JUDUL.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	V
MOTTO.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR BAGAN DAN TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
ABSTRAK.....	XIV
ABSTRACT.....	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. KAJIAN TEORI.....	9
1. Pengertian Analisis.....	9
2. Pemasaran.....	9
3. Manajemen Pemasaran.....	10
4. Bauran Promosi.....	15
5. Pariwisata.....	17
6. Berwisata di masa Pandemi.....	20
7. Pengelolaan Pariwisata.....	24
8. Strategi Pemasaran Pariwisata.....	25
B. KERANGKA PIKIR.....	28
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
A. TEMPAT DAN WAKTU.....	31
B. JENIS PENELITIAN.....	31

C. SUBJEK PENELITIAN.....	32
D. DATA DAN SUMBER DATA.....	32
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	34
F. VALIDITAS DATA	36
G. TEKNIK ANALISIS DATA.....	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. PROFIL PENGELOLA OBJEK WISATA.....	39
B. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	39
C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN STRATEGI BRANDING PENGELOLA WISATA MONUMEN BUKIT SOEHARTO DI MASA PANDEMI COVID-19.....	39
BAB V	51
PENUTUP	51
A. KESIMPULAN.....	52
B. SARAN.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN	56
A. LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA.....	56
B. LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA.....	57
C. LAMPIRAN GAMBAR PENELITI DAN INFORMAN.....	58



DAFTAR BAGAN DAN TABEL

Bagan 2. 1 Kerangka Pikir	28
Bagan 3. 1 Model Interaktif Analisis Miles dan Huberman	38
Tabel 3. 1 Data Informan	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Facebook Fanspage Monumen Bukit Soeharto.....	44
Gambar 4. 2 Profil Instagram Bukit Soeharto.....	44
Gambar 4. 6 Senam bersama ibu-ibu	46
Gambar 4. 7 Kegiatan gowes bersama Wakil Bupati Madiun	46
Gambar 4. 8 Kegiatan perpisahan siswa-siswi TK Pembina PGRI Kauman.....	47
Gambar 4. 9 Maps lokasi objek wisata Monumen Bukit Soeharto.....	48



ABSTRAK

Analisis Strategi Marketing Pariwisata di Masa Pandemi COVID-19 Dalam Pengembangan Wisata Monumen Bukit Soeharto di Ponorogo

Muhammad Rizal Fardhana

17240600

Indonesia sangat terkenal dengan banyaknya pulau dan ragam budaya serta potensi wisata yang unik. Sejak virus corona yang mewabah di Indonesia, pemerintah Indonesia saat ini memberlakukan penutupan bagi wisata-wisata lokal yang ada. Tak terkecuali objek wisata Monumen Bukit Soeharto yang ada di kota Ponorogo. Hal yang sangat penting untuk dilakukan yaitu pada penguatan pengembangan pada sektor pariwisata. Sementara itu, keberhasilan pembangunan objek wisata sangat berpengaruh pada strategi pemasaran objek wisata oleh pengelola dan pemerintah desa khususnya. Skripsi untuk penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang pada pemaparannya secara deskripsi dijelaskan berdasarkan data asli secara aktual di lokasi penelitian. Untuk pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pihak pengelola wisata monumen Bukit Soeharto serta beberapa pengunjung wisata. Dan untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teori Pemasaran pariwisata yang dikemukakan oleh Holloway & Robinson (1995) terdiri dari 7P, yaitu: *product, positioning, price, promotion, place, packaging, partnership*. Penelitian ini menghasilkan informasi melalui wawancara mengenai strategi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata Monumen Bukit Soeharto di saat wabah virus covid-19 terjadi saat ini yaitu dengan menggunakan dua platform seperti melalui sosial media dan secara langsung dengan kerjasama bersama pihak-pihak tertentu. Beberapa strategi pemasaran sudah tercapai namun juga ada yang perlu ditingkatkan. Strategi pemasaran pariwisata ini sangat berpengaruh dalam tercapainya keberhasilan pengelola untuk memperkenalkan objek wisata Monumen Bukit Soeharto di masa pandemi covid-19.

Kata kunci: Wisata Monumen Bukit Soeharto, Strategi Pemasaran Pariwisata

ABSTRACT

Analysis of Tourism Marketing Strategies during the COVID-19 Pandemic in the Development of Bukit Soeharto Monument Tourism in Ponorogo

**Muhammad Rizal Fardhana
17240600**

Indonesia is very famous for its many islands and a variety of cultures and unique tourism potential. Since the corona virus is endemic in Indonesia, the Indonesian government is currently enforcing a closure for existing local tours. The Bukit Soeharto Monument tourist attraction is no exception in the city of Ponorogo. What is very important to do is to strengthen development in the tourism sector. Meanwhile, the success of tourism object development is very influential on the tourism object marketing strategy by the manager and the village government in particular. The thesis for this research uses a qualitative descriptive type of research which is explained in a descriptive manner based on the actual original data at the research location. For data collection, researchers used interview, observation, and documentation techniques. Interviews were conducted with the tour manager of the Bukit Soeharto monument as well as several tourist visitors. And to analyze the data, the researcher used the tourism marketing theory proposed by Holloway & Robinson (1995) consisting of 7P, that is: product, positioning, price, promotion, place, packaging, partnership. This research produces information through interviews regarding the marketing strategies used to promote the Bukit Soeharto Monument tourist attraction during the current covid-19 virus outbreak, by using two platforms such as through social media and directly in collaboration with certain parties. Several marketing strategies have been achieved but there are also some that need to be improved. This tourism marketing strategy is very influential in achieving the manager's success in introducing the Bukit Soeharto Monument tourist attraction during the covid-19 pandemic.

Keywords: Bukit Soeharto Monument Tourism, Tourism Marketing Strategy