

**KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA DANAU PADING BANGKA
BELITUNG UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI



disusun oleh:

Alfra Heriani

17.96.0162

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA 2023**

**KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA DANAU PADING BANGKA
BELITUNG UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



ALFIRA HERIANI

NIM: 17.96.0162

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA 2023**

**PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA DANAU PADING UNTUK
MEMBANGUN *BRAND AWARENEES***

yang dipersiapkan dan disusun oleh


Alfira Heriani

17.96.0162

Telah disetujui oleh Dosen Prmbimbing skripsi

Pada tanggal 4 Januari 2023

Dosen Pembimbing


Sheila Lestari Giza Pudrianisa M.I.Kom

NIK.190302304

PENGESAHAN

SKRIPSI

KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA DANAU PADANG UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENEES*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Alfira Heriani

17.96.0162

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Sheila Lestari Giza Pudrianisa

M.I.Kom

NIK.190302304

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A

NIK.190302448

Junaidi, S.Ag.,M.Hum, Dr.

NIK 190302599

Skripsi, ini telah diterima sebagai, salah satu persyaratan,
untuk memperoleh, gelar Sarjana Ilmu, Komunikasi
Tanggal Januari 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Januari 2023



Alfira Heriani

17.96.0162

MOTTO

"Pendidikan bukanlah proses mengisi wadah yang kosong. Pendidikan adalah proses menyalakan api pikiran."

- B. Yeats

"Tidak ada orang suci tanpa masa lalu, tidak ada orang berdosa tanpa masa depan."

- Augustine



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini diberikan sebagai bukti penulis telah menyelesaikan penelitian berjudul “Komunikasi Pemasaran Wisata Danau Pading Untuk Membangun Brand Awareness”, tidak lepas dari banyak pihak yang membantu dalam proses penyusunannya, maka dari itu skripsi ini saya persembahkan:

1. Terima kasih kepada Allah Yang Maha Esa dengan segala Rahmat dan Anugerah,
2. Kepada kedua Orang Tua saya tercinta dan terhormat Bapak Heroe Soebekti, Ibu Zuryani, dan adik saya tercinta Faras Dwi Heriani, yang selalu mendoakan, memberikan semangat, kasih sayang dan selalu memberikan dukungan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mohammad Suyanto, MM selaku ketua Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kepada Dosen Pembimbing Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom terimakasih atas bantuan, kesabarannya, serta ilmu tiada batas yang telah diberikan.
5. Kepada seluruh Dosen ilmu Komunikasi yang sudah senantiasa memberikan banyak ilmu.
6. Kepada Sariwijaya Ketua Pokwardis Danau Dading, Andre Hervinda selaku Bendahara di danau pading, Repurbba selaku *Conten* Creator di danau pading, Nurmala sebagai pengunjung, dan Geva Ajeng selaku

pengunjung yang sudah bersedia menjadi narasumber dan mendukung peneliti dalam penelitiannya.

7. Sahabat-sahabat seperjuangan saya yang tidak pernah lelah membantu saya Inayah Nabila, Devia Primastiani, dan Mella Ningrum Senturini R
8. Kepada rekan seperjuangan di perantauan Degin, Putri, dan Era.
9. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Pemerintah Angkatan 2017, Reksa, Jekson, Ronal, Adit, Alvian, Septi, Amanah, dll yang tidak bisa sebutkan oleh penulis.
10. Kepada sahabat pena ku Andi Syam, terima kasih telah bersedia direpotkan dan selalu memberikan motivasi serta support dalam penyelesain skripsi saya.
11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

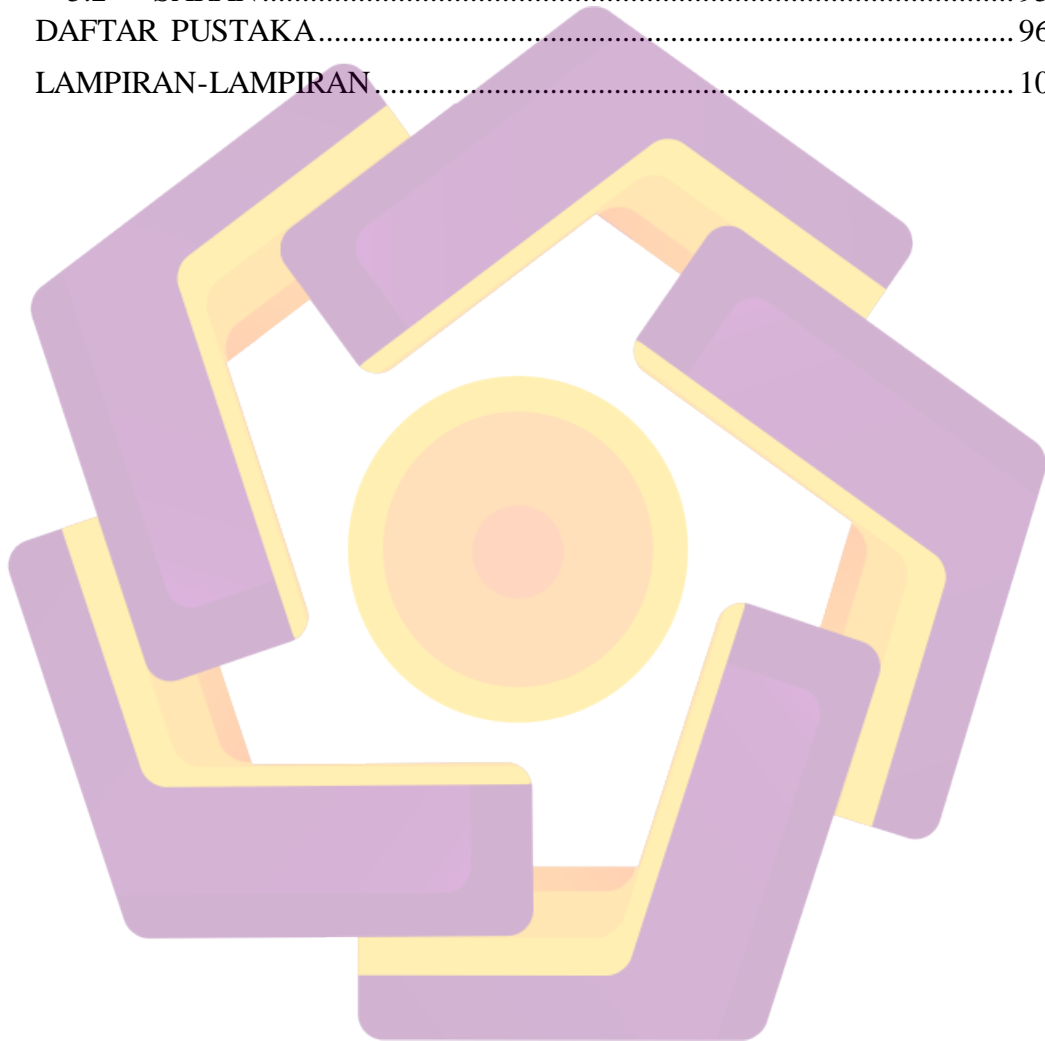
Yogyakarta, 5 Januari 2023

(Alfira Heriani)

DAFTAR ISI

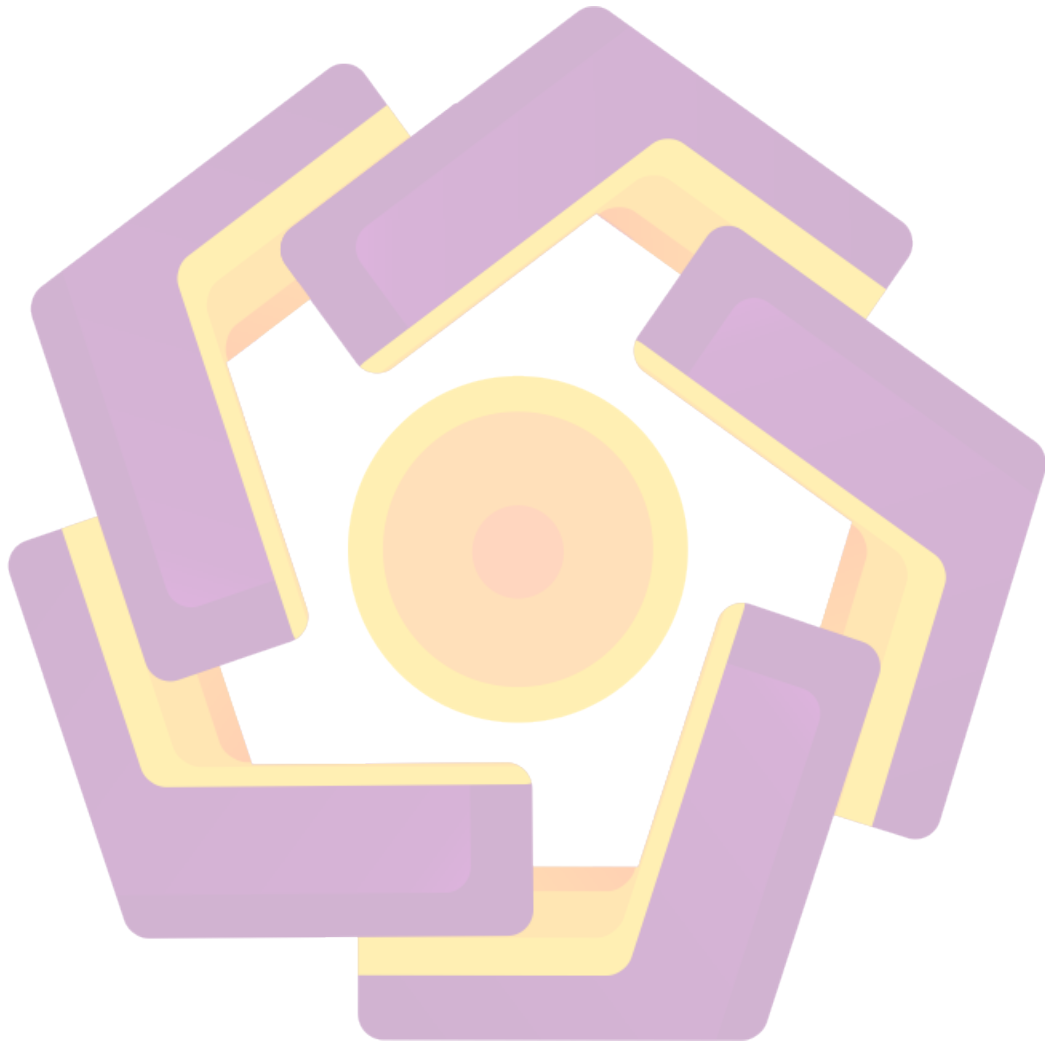
COVER.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
DAFTAR	ISI
vError! Bookmark not defined.	
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Batasan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.1 Produk (<i>Product</i>).....	18
2.1.2 Harga (<i>Price</i>).....	20
2.1.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	22
2.1.4 Tempat (<i>Place</i>).....	24
2.1.5 Orang (<i>People</i>).....	25
2.1.6 Proses (<i>Process</i>).....	26
2.1.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	28
2.2 <i>Brand Awareness</i>	29
2.2.1 <i>Top of mind</i>	31
2.2.2 <i>Brand recall</i>	32
2.2.3 <i>Brand recognition</i>	33
2.2.4 <i>Unware of brand</i>	33
2.3 Danau Pading.....	34
2.4 Penelitian Terdahulu.....	38
2.5 Kerangka Berpikir.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Desain Penelitian.....	44
3.2 Objek Penelitian.....	45
3.3 Subjek Penelitian.....	46
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	51

3.7 Triangulasi.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil penelitian.....	57
4.2 Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	95
5.1 KESIMPUNAN	95
5.2 SARAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	108



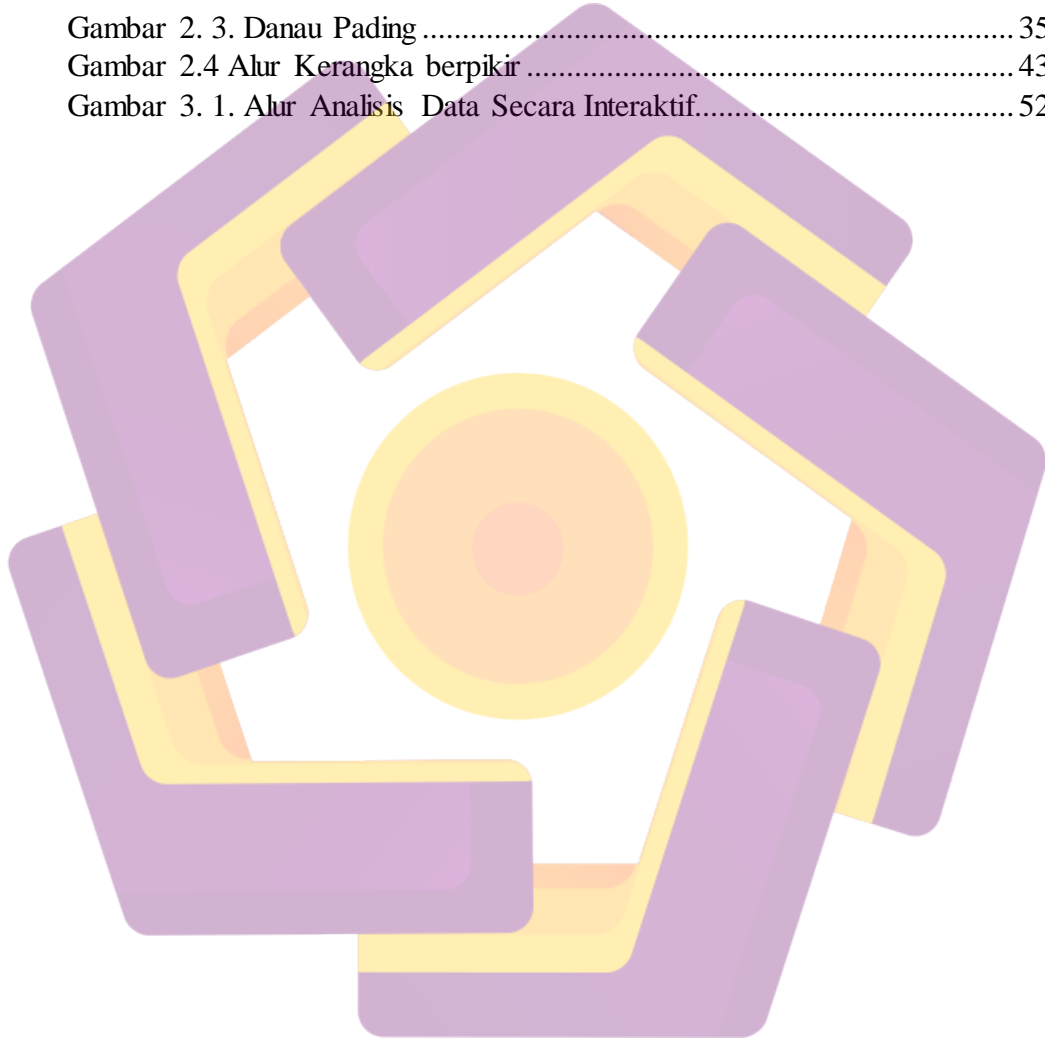
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Wisata yang ada di Bangka Belitung	5
Tabel 2.1 SK Kelompok Wisata Danau Pading di Kabupaten Bangka Belitung.....	36
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3. 1. Karakteristik Informan.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan ke Danau Pading Tahun 2021	2
Gambar 1.2 Kompas.com	8
Gambar 1.3 Diakses dari Youtube dalam (Kemenparekraf, 2022)	10
Gambar 2. 1. Komunikasi Pemasaran 7P	17
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	30
Gambar 2. 3. Danau Pading	35
Gambar 2.4 Alur Kerangka berpikir	43
Gambar 3. 1. Alur Analisis Data Secara Interaktif	52



INTISARI

Provinsi Bangka Belitung merupakan salah satu dari sembilan provinsi di Indonesia. Salah satu tujuan wisata yang paling populer adalah Provinsi Bangka Belitung khususnya Danau Pading. Saat ini menjadi salah satu tujuan wisata paling populer di Bangka yang dimana objek wisata baru yang memiliki ciri khas tersendiri. Keanekaragaman geologi yang dimiliki memberikan keanekaragaman batuan dan mineral yang terjadi karena proses geologi dimasa lalu hingga sekarang. Dengan pokok masalah dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pemasaran Wisata Danau Pading Bangka Belitung Untuk Membangun *Brand Awareness* dengan tujuan untuk menganalisa Komunikasi Pemasaran Wisata Danau Pading Bangka Belitung. Serta dalam penelitian ini akan berfokus pada masalah Komunikasi pemasaran yang dilakukan di destinasi wisata Danau Pading Desa Perlang Kec. Lubuk Besar Kab. Bangka Tengah Kepulauan Bangka Belitung untuk membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan teori *brand awareness*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan paradigma yang digunakan yaitu paradigma *Postpositivisme*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran meliputi *product, price, place, process, people, promotion*, dan *physical evidence* adalah komponen bauran pemasaran pada tahap *brand recognition* pada tingkat *brand awareness* di Danau Pading yang paling efektif dalam komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness* konsumen.

Kata kunci: Destinasi Wisata, Komunikasi Pemasaran, dan *Brand Awareness*.

ABSTRACT

Bangka Belitung Province is one of nine provinces in Indonesia. One of the most popular tourist destinations is Bangka Belitung Province, especially Lake Pading which is currently one of the most popular tourist destinations in Bangka where a new tourist attraction has its own characteristics, namely having geological diversity, biodiversity (flora and fauna) and cultural diversity. The geological diversity that is owned provides a diversity of rocks and minerals that occur due to geological processes in the past until now. Thus the main problem in this research is Lake Pading Bangka Belitung Tourism Marketing Communication to Build Brand Awareness with the aim of analyzing Lake Pading Bangka Belitung Tourism Marketing Communication. As well as in this study will focus on marketing communication issues carried out at the Lake Pading tourist destination in Perlang Village, Kec. Lubuk Besar Kab. Central Bangka Bangka Belitung Islands to build brand awareness. This study uses the 7P marketing communication theory (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) and brand awareness theory. This type of research is descriptive qualitative and the paradigm used is the positivist paradigm. The results of this study indicate that marketing communications include product, price, place, process, people, promotion, and physical evidence to build brand awareness

Keywords: *Tourist Destinations, Marketing Communications, and Brand Awareness.*