



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TAMAN HOBI
PESONA WANAJAYA CIBITUNG DALAM MEMBANGUN
*BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Dimas Aditya Nugraha

41182037190124

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45”
BEKASI
2023M/1445 H**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa karya tulis yang saya buat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana adalah hasil karya saya sendiri. Beberapa bagian dalam skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah saya sertakan dengan jelas sumbernya sesuai dengan norma, aturan, dan etika penulisan ilmiah. Saya siap menerima sanksi pencabutan gelar dan sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika suatu saat terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiat.

Bekasi, 03 Juli 2023



Dinzas Aditya Nugraha

41182037190124

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Hobi Pesona
Wanajaya Cibitung Dalam Membangun *Brand Awarness*
Nama : Dimas Aditya Nugraha
NPM : 41182037190124
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 03 Juli 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si

NRP:45.1.01.02.2016.001

Menyetujui.
Dosen Pembimbing Skripsi



Kartini Rosmalah D.K.M.I.Kom

NRP:45.1.22.08.2011.025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul

“Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Hobi Pesona Wanajaya Cibitung Dalam Membangun *Brand Awareness*”.

Hari : Kamis

Tanggal : 20 Juli 2023

Waktu : 14.00 – 15.00

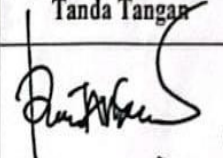
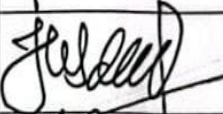
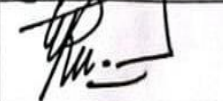
Oleh

Nama : Dimas Aditya Nugraha

NPM : 41182037190124

Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

| Keterangan | Nama | Tanda Tangan |
|--------------|------------------------------------|--|
| Ketua Sidang | Yudha Asmara Dwi Aksa, M, I.Kom |  |
| Penguji I | Dr. Nuryadi, M.Hum |  |
| Penguji II | Kartini Rosmalah DK, M.I.Kom |  |

Bekasi, 26 Juli 2023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Komunikasi Sastra,

Dan Bahasa

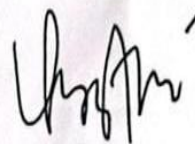


Dr. Nuryadi, M.Hum

NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si.

NRP: 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra,
dan Bahasa 2023

Dimas Aditya Nugraha/41182037190124

“Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Hobi Pesona Wanajaya Cibitung dalam Membangun *Brand Awareness*”.

Di bawah bimbingan Ibu Kartini Rosmalah D,K, M.I.Kom.

110 halaman skripsi dan 12 romawi, daftar tabel 2, daftar gambar 36 dan 5 lampiran.

Pengelola wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya melakukan promosi guna meningkatkan jumlah kunjungan serta menginformasikan tentang wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya yang berada di Kabupaten Bekasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Pemasaran Taman Hobi Pesona Wanajaya dalam membangun *brand awareness*. Kawasan Cibitung yang tidak dikenal sebagai pariwisata tetapi dikenal dengan kota industri, citra itu yang ingin ditambahkan, bahwa di Cibitung tidak hanya terdapat kota industri saja tetapi mempunyai tempat wisata yang baik untuk dikunjungi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, komunikasi pemasaran terpadu atau *intergrated marketing communication* (IMC) strategi yang digunakan oleh Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya Cibitung dalam membangun *Brand Awareness* yaitu periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi langsung (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), *public relations*, pemasaran mulut ke mulut (*word of mouth*). Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya lebih dominan menggunakan, pemasaran mulut ke mulut (*word of mouth*), pengelola bisa memberikan informasi kepada teman, keluarga dan komunitas tentang keberadaan wisata ini, dibantu juga dengan adanya promosi dari *influencer* melalui media *online instagram*. Kemudian pemasaran interaktif (*interactive marketing*) pengelola wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya menggunakan media sosial *Instagram* sebagai alat media promosi yang dapat memberikan informasi dengan penyebaran yang cepat dan efisien. untuk *website internal* ataupun *website eksternal* yang membantu informasi mengenai wisata Taman Hobi Pesona wanajaya. Kemudian harapannya, para peneliti berikutnya dapat memanfaatkan studi ini sebagai panduan untuk topik atau fokus yang berkaitan dengan lokasi penelitian. Jika ingin melanjutkan penelitian di tempat yang sama, diharapkan para peneliti selanjutnya dapat memperluas aspek *personal branding*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, *Brand Awareness*, IMC.

ABSTRACT

*45 Islamic University of Bekasi
Communication Studies Program
Faculty of Communication,
Literature, and Language 2023*

Dimas Aditya Nugraha/41182037190124

“Marketing Communication Strategy of Pesona Wanajaya Cibitung Hobby Park in Building Brand Awareness”.

Under the guidance of Mrs. Kartini Rosmalah D,K, M.I.Kom.

110 pages of thesis and 12 roman, list of tables 2, list of pictures 36 and 5 displays.

The manager of the Pesona Wanajaya Hobbyist Park tour is carrying out a promotion to increase the number of visits and inform about the Pesona Wanajaya Hobbyist Park tour in Bekasi Regency. The purpose of this study is to determine the marketing communication strategy of Pesona Wanajaya Hobby Park in building brand awareness. The Cibitung area which is not known as a tourism but is known as an industrial city, that image would like to add, that in Cibitung there is not only an industrial city but also has good tourist attractions to visit. The method used in this research is descriptive qualitative. The theory used in this research is integrated marketing communication (IMC), the strategy used by Pesona Wanajaya Cibitung Hobi Tourism Park in building Brand Awarenesses namely advertising, direct marketing, sales promotion, personal selling, interactive marketing, public relations, word of mouth marketing. The Pesona Wanajaya Hobby Park Tourism is more dominant using word of mouth marketing, managers can provide information to friends, family and the community about the existence of this tour, also assisted by promotions from influencers through the online media Instagram. Then interactive marketing tourism manager Pesona Wanajaya Hobby Park uses social media Instagram as a promotional media tool that can provide information with fast and efficient dissemination. for internal websites or external websites that help with information about the Pesona Wanajaya Hobbyist Park tour. Then it is hoped that future researchers can use this study as a guide for topics or focuses related to research locations. If you want to continue research in the same place, it is hoped that future researchers can expand the personal branding aspect.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Tourism, Brand Awareness, IMC

PRAKATA

Dengan penuh syukur dan rasa hormat, saya mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan keberkahan-Nya, saya berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan skripsi ini merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa. Saya sadar bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, saya akan kesulitan menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hermanto, M.M., M.Pd selaku Rektor Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Syabaningrum Prihartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Tin Hartini, M.Si., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam “45” Bekasi
5. Kartini Rosmalah D.K, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing Penulis sejak awal penyusunan proposal Penelitian hingga akhir.
6. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Unisma Bekasi, yang telah memberikan ilmunya kepada Penulis sehingga bermanfaat bagi penulis dalam melaksanakan penelitian.
7. Bapak Robiyansah dan Ibu Neneng Nurbaeti selaku Orang tua dari Penulis.
8. Teman-teman jurusan, Organisasi, dan sahabat yang telah mendukung serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian hingga selesai.
9. Ilham Surgawi, S.E. dan Taufan Arjuna Ristanto, S.IP. Selaku orang terdekat penulis yang selalu memberikan semangat serta dukungan sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Ynag Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan proposal ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Terimakasih

Bekasi, 03 Juli 2023



Dimas Aditya Nugraha

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| PRAKATA | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 8 |
| 1.4.2 Manfat Praktis..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 10 |
| 2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Kerangka Teori..... | 17 |
| 2.2.1 Konsep Pemasaran | 17 |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu | 19 |
| 2.2.3 Pariwisata..... | 23 |
| 2.2.4 <i>Brand Awarness</i> | 24 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Metode Penelitian | 27 |
| 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian | 27 |
| 3.3 Unit Analisis..... | 27 |
| 3.3.1 <i>Key Informan</i> | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.2 Informan..... | 28 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.5 Definisi Konseptual..... | 30 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 31 |
| 3.7 Keabsahan Data | 32 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 33 |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 33 |
| 4.1.1 Profil Objek Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya Cibitung | 33 |
| 4.1.2 Logo Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya | 35 |
| 4.1.3 Struktur POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wanajaya.... | 36 |
| 4.2 Deskripsi <i>Key Informan</i> dan Informan | 37 |
| 4.2.1 <i>Key Informan</i> | 37 |
| 4.2.2 Informan..... | 37 |
| 4.3 Hasil Penelitian..... | 38 |
| 4.3.1 Periklanan (<i>advertising</i>)..... | 38 |
| 4.3.2 Pemasaran Langsung (<i>direct marketing</i>)..... | 43 |
| 4.3.3 Internet Marketing (<i>interactive</i>)..... | 47 |
| 4.3.4 Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>)..... | 57 |
| 4.3.5 Hubungan Masyarakat (<i>public relations</i>) | 58 |
| 4.3.6 Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)..... | 62 |
| 4.3.7 Pemasaran Mulut ke Mulut (<i>word of mouth</i>)..... | 63 |
| 4.4 Hasil Pembahasan..... | 65 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 70 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 70 |
| 5.2 Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan..... | 14 |
| Tabel 4. 1 Struktur Organisasi POKDARWIS..... | 36 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara | 1 |
| Gambar 1. 2 Data Provinsi Tujuan Jumlah Wisatawan Nusantara Terbanyak | 2 |
| Gambar 1. 3 Data Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Cibitung,2021 | 4 |
| Gambar 2. 1 Piramida <i>Brand Awareness</i> | 24 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran | 26 |
| Gambar 4. 1 <i>Pintu Masuk Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 33 |
| Gambar 4. 2 <i>Logo Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya Cibitung</i> | 35 |
| Gambar 4. 3 <i>Baliho Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 38 |
| Gambar 4. 4 <i>Brosur wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 39 |
| Gambar 4. 5 <i>Event Sepeda Final Round di Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 40 |
| Gambar 4. 6 <i>Lomba Mewarnai di Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 41 |
| Gambar 4. 7 <i>Open Member Guitarist Community Cikarang di Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 41 |
| Gambar 4. 8 <i>Postingan Video Area Motor Cross, dan Area Mobil RC</i> | 42 |
| Gambar 4. 9 <i>Postingan Video Area Sepeda Air Bag dan Skill Park</i> | 43 |
| Gambar 4. 10 <i>Pemesanan Melalui Whatsaap</i> | 43 |
| Gambar 4. 11 <i>Daftar Harga Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 44 |
| Gambar 4. 12 <i>Brosur Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 46 |
| Gambar 4. 13 <i>Grafik Media Sosial yang diminati 2023</i> | 47 |
| Gambar 4. 14 <i>Akun Media Sosial Instagram @PesonaWanajaya</i> | 48 |
| Gambar 4. 15 <i>Penggunaan Hashtag di akun @PESONWANAJAYA</i> | 49 |
| Gambar 4. 16 <i>Interaksi Followers Instagram Melalui Direct Message dan Kolom Komentar</i> | 50 |
| Gambar 4. 17 <i>Promosi di Akun Instagram @PESONAWANAJAYA</i> | 51 |
| Gambar 4. 18 <i>Akun Tik-Tok @PesonaWanajaya</i> | 52 |
| Gambar 4. 19 <i>Akun Youtube @PesonaWanajayaMedia</i> | 53 |
| Gambar 4. 20 <i>Akun Facebook Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 53 |
| Gambar 4. 21 <i>Google My Business Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 54 |
| Gambar 4. 22 <i>Rating dan Ulasan Wisatawan Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 55 |
| Gambar 4. 23 <i>Website Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 56 |
| Gambar 4. 24 <i>Infomasi Karcis Masuk Gratis Melalui Bio Instagram</i> | 57 |
| Gambar 4. 25 <i>Berita Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya dan Teks Beritanya Edisi 23 November 2021</i> | 58 |
| Gambar 4. 26 <i>Berita Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya dan Teks Beritanya Edisi 31 Mei 2021</i> | 59 |
| Gambar 4. 27 <i>Promosi Melalui Website Jejaring Desa Wisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Teks Narasi Edisi 15 Februari 2023</i> | 60 |
| Gambar 4. 28 <i>Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi Mempromosikan Wisata di Kabupaten Bekasi Melalui Kegiatan Bali dan Beyond Travel Fair 2023 dan Teks Narasi Edisi 19 Juni 2023</i> | 61 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 29 <i>Kepala Sekolah Rayon Tambun, Setu dan Cibitung</i> | 62 |
| Gambar 4. 30 <i>Brosur Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 63 |
| Gambar 4. 31 <i>Influencer Deny Cagur Mengunjungi Wisata Taman Hobi Pesona Wanajaya</i> | 64 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian | 77 |
| Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian | 78 |
| Lampiran 3 Hasil Cek Plagiasi..... | 80 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara..... | 82 |
| Lampiran 5 Hasil Wawancara Informan | 90 |