

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiat atau mencontek karya ilmiah orang lain, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 01 Juni 2024



**RATU ANNISA**

NIM : 201510100

## ABSTRAK

**Nama: Ratu Annisa, NIM: 201510100, Judul Skripsi: “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperluas Pasar pada Industri Pariwisata (Studi Deskriptif di Binuang Waterpark Kabupaten Serang)”, Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2024 M /1445 H.**

Pariwisata erat kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi, dengan demikian pariwisata merupakan suatu industri. Pariwisata sebagai industri sangat luas cakupannya banyak sekali sektor-sektor yang terkait dengan kegiatan pariwisata sebagai suatu industri, diantaranya adalah produk usaha perjalanan wisata, industri pariwisata, produk industri pariwisata dan lain-lain yang menyangkut dengan kegiatan pariwisata.

Rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu Apa saja teknik promosi yang digunakan binuang waterpark untuk memperluas pasar pada industri pariwisata, dan Bagaimana penerapan Teori AIDA dalam strategi komunikasi pemasaran di Binuang Waterpark. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti memperoleh 8 (delapan orang) informan yang sesuai. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi serta teori yang digunakan yaitu teori AIDA.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu teknik promosi yang digunakan binuang waterpark untuk memperluas pasar pada industri pariwisata yaitu dengan melakukan inovasi teknologi, paket promosi dan diskon, pengalaman pelanggan yang berkesan serta fasilitas dan layanan pendukung. Dimana dengan keempat teknik yang telah dilakukan Binuang Waterpark mampu untuk menarik minat pengunjung dan mempertahankan basis pengunjung yang setia. Selain itu, penerapan Teori AIDA dalam strategi komunikasi pemasaran di Binuang Waterpark juga berpengaruh dalam strategi komunikasi pemasaran di Binuang Waterpark. Berdasarkan hasil observasi, hasil penelitian yang peneliti temukan dilapangan ada empat langkah strategi pemasaran yang digunakan oleh Binuang Waterpark, diantaranya: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion).

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran dan Pariwisata**

## **ABSTRACT**

***Name: Ratu Annisa, NIM: 201510100, Thesis Title: "Marketing Communication Strategy in Expanding the Market in the Tourism Industry (Descriptive Study at Binuang Waterpark Serang Regency)", Study Program: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University Banten in 2024 M / 1445 H.***

*Tourism is closely related to economic growth, thus tourism is an industry. Tourism as an industry is very broad in scope, there are many sectors related to tourism activities as an industry, including tourism business products, tourism industry, tourism industry products and others related to tourism activities.*

*The formulation of the problem in this research is what promotional techniques are used by Binuang Waterpark to expand the market in the tourism industry, and how to apply AIDA theory in marketing communication strategies at Binuang Waterpark. This research uses descriptive research methods with a qualitative approach. The researcher obtained 8 (eight) suitable informants. The data collection technique used was observation, interviews and documentation and the theory used was AIDA theory.*

*Based on the results of research conducted by researchers, namely the promotional techniques used by Binuang Waterpark to expand the market in the tourism industry, namely by implementing technological innovations, promotional packages and discounts, memorable customer experiences as well as supporting facilities and services. Where with the four techniques that have been implemented, Binuang Waterpark is able to attract visitor interest and maintain a loyal visitor base. Apart from that, the application of AIDA Theory in the marketing communication strategy at Binuang Waterpark also has an influence on the marketing communication strategy at Binuang Waterpark. Based on observations, research results that researchers found in the field there were four marketing strategy steps used by Binuang Waterpark, including: Product, Price, Place, and Promotion.*

***Keywords : Marketing Communication and Tourism Strategy***



**FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

---

Nomor	: <b>Nota Dinas</b>	Kepada Yth
Lamp	:	<b>Dekan Fakultas Dakwah</b>
Hal	: <b>Ujian Skripsi</b>	<b>UIN SMH Banten</b>
	<b>a.n Ratu Annisa</b>	Di-
	<b>NIM : 201510100</b>	Serang

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama Ratu Annisa NIM: 201510100 dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperluas Pasar pada Industri Pariwisata (Studi Deskriptif di Binuang Waterpark Kabupaten Serang)”**, telah diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosyah pada Fakultas Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Serang, 01 Juni 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Kholid, M.Si.  
NIP : 19650216 199903 1 001

Desty Prawatiningsih, M.Si.  
NIP : 19851215 201903 2 009

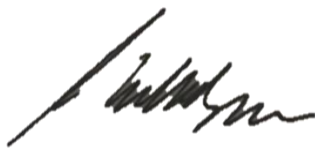
**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPERLUAS**  
**PASAR PADA INDUSTRI PARIWISATA**  
**(STUDI DESKRIFTIF DI BINUANG WATERPARK KABUPATEN SERANG)**

Oleh :

Ratu Annisa  
201510100

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Kholid, M.Si.  
NIP : 19650216 199903 1 001

Pembimbing II



Desty Prawatiningsih, M.Si.  
NIP : 19851215 201903 2 009

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah



Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A.  
NIP : 19720626 199803 1 002

Ketua Prodi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



Tb. Nurwahyu, M.Si.  
NIP : 19711026 200003 1 002


## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi a.n.**Ratu Annisa**, NIM: **201510100**, Judul Skripsi: “**Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperluas Pasar pada Industri Pariwisata (Studi Deskriptif di Binuang Waterpark Kabupaten Serang)**” telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal **10 Juni 2024**. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 19 Juni 2024

Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota



**Muhibuddin, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 19700620 199903 1 004


Sekretaris Merangkap Anggota



**Nina Fitriyani, M.Pd.**  
NIP. 1997020 7202203 2 001


Anggota,

Penguji I



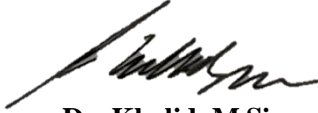
**Muhibuddin, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 19700620 199903 1 004

Penguji II



**Hj. Azizah Alawiyah, B.Ed., M.A.**  
NIP. 19771215 201101 2 004

Pembimbing I



**Dr. Kholid, M.Si.**  
NIP. 19650216 199903 1 001

Pembimbing II



**Desty Prawatiningsih, M.Si.**  
NIP. 19851215 201903 2 009

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang tua akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada: Allah SWT. Karena hanya atas izin dan karunianya lah maka skripsi ini dapat dirampungkan selesai tepat pada waktunya. Orang tua tersayang Bapak Sunaryo dan Ibu Nurhayati serta keluarga besar Sakirin yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja sepertinya tidak akan pernah cukup untuk membalas semua kebaikan dari orang tersayang.

Bapak dan Ibu Dosen Pembimbing, yang selama ini telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya agar menjadi lebih baik hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Saudara saya (Kakak dan Adik) yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk saya. Sahabat Saya Fay, Ceceu dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, serta orang yang berinisial A selalu menemani saya dari awal saya bimbingan hingga saya selesai skripsi terimakasih untuk kalian yang selalu suport terhadap saya, selalu memberikan semangat dan selalu membuat saya bahagia, betapa bersyukur nya saya memiliki rekan seperti kalian. Diri sendiri yang mampu berjuang, berusaha dan tidak menyerah walau banyak sekali godaan dan ujian yang datang silih berganti, terimakasih sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. Amin

## **MOTTO**

“Bahagia Itu Mudah, Cintai Apa yang Kamu  
Kerjakan Saat Ini Lalu Bersyukur dan Nikmati”



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ratu Annisa, Lahir di Pandeglang pada tanggal 4 April 2002, anak pertama dari 2 bersaudara, buah kasih pasangan dari Ayahanda “Sunaryo” dan Ibunda “Nurhayati”. Penulis pertama kali menempuh pendidikan pada umur 6 tahun di TK Pertiwi, Sekolah Dasar (SD) pada SDN Cibodas 2 dan selesai tahun 2014, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Banjar dan selesai pada tahun 2017 dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMA) pada SMAN 2 Pandeglang Penulis mengambil Jurusan IPA dan selesai pada tahun 2020. Setelah menempuh pendidikan SMA Penulis melanjutkan ke salah satu perguruan tinggi yang ada di Serang yakni Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT. Usaha disertai doa dari orang tua, keluarga serta suport dari para sahabat tercinta dalam menjalani aktifitas akademik di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperluas Pasar pada Industri Pariwisata” (Studi deskripsi di Binuang Waterpark Kabupaten Serang)”

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Memperluas Pasar pada Industri Pariwisata (Studi Deskriptif di Binuang Waterpark Kabupaten Serang)”**. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung dan belajar di lingkungan UIN SMH Banten.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A Dekan Fakultas Dakwah UIN SMH Banten yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis.
3. Bapak Tb. Nurwahyu, M.Si., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Fahma Islami, M.Si, Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Dr. Kholid, M.Si, sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan serta ilmu yang berarti bagi penulis selama proses penyelesaian skripsi.
6. Ibu Desty Prawatiningsih sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan serta ilmu yang berarti bagi penulis selama proses penyelesaian skripsi.
7. Orang tua tersayang Bapak Sunaryo dan Ibu Nurhayati serta keluarga besar Sakirin yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya. Ucapan terimakasih saja sepertinya tidak akan pernah cukup untuk membalas semua kebaikan dari orang tersayang
8. Saudara saya (Kakak dan Adik) yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk saya
9. Sahabat Saya Fay, Ceceu dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, serta orang yang berinisial A selalu menemani saya dari awal saya bimbingan hingga saya selesai skripsi terimakasih untuk kalian yang selalu suport terhadap saya, selalu

memberikan semangat dan selalu membuat saya bahagia, betapa bersyukurya saya memiliki rekan seperti kalian

10. Diri sendiri yang mampu berjuang, berusaha dan tidak menyerah walau banyak sekali godaan dan ujian yang datang silih berganti, terimakasih sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.
11. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 01 Juni 2024

**RATU ANNISA**  
NIM : 201510100

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	7
G. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
A. Kajian Pustaka .....	13
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2. Pengertian Pariwisata.....	21
3. Landasan Teori .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
A. Metodologi Penelitian .....	26
B. Jenis Penelitian .....	27
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data .....	27
E. Teknik Analisis Data .....	30
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	32
1. Visi dan Misi Binaan <i>Waterpark</i> .....	34
2. LOGO Binaan <i>Waterpark</i> .....	35
3. Struktur Binaan <i>Waterpark</i> .....	36
4. Segmentasi Pemasaran Binaan <i>Waterpark</i> .....	39

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	40
1. Strategi komunikasi pemasaran Binuang <i>Waterpark</i> dalam memperluas pasar di industri pariwisata.....	41
a. Inovasi Teknologi.....	44
b. Paket Promosi dan Diskon .....	40
c. Pengalaman Pelanggan yang Berkesan .....	45
d. Fasilitas dan Layanan Pendukung .....	46
2. Langkah Promosi yang digunakan Binuang <i>Waterpark</i> .....	48
a. Product (Produk).....	48
1. Potensi Visual yang Kuat .....	48
2. Penggunaan Media Sosial yang Luas.....	48
3. Konten Berbasis Cerita.....	49
b. Harga (Price).....	49
c. Tempat (Place).....	50
d. Promosi (Promotion).....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	7
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	26
Tabel 4.1 Paket Promosi Binuang <i>Waterpark</i> .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Binuang <i>Waterpark</i> .....	3
Gambar 2.1 Model Teori AIDA .....	23
Gambar 3.1 Lokasi Wisata Binuang <i>Waterpark</i> .....	26
Gambar 4.1 Logo Binuang <i>Waterpark</i> .....	31
Gambar 4.2 Instagram Binuang <i>Waterpark</i> .....	38
Gambar 4.3 Facebook Binuang <i>Waterpark</i> .....	39
Gambar 4.4 Tiktok Binuang <i>Waterpark</i> .....	39
Gambar 4.5 Pamphlet HTM Binuang <i>Waterpark</i> .....	41
Gambar 4.6 Postingan Pelanggan .....	42
Gambar 4.7 Musholah dan Kamar Mandi Terpisah.....	43
Gambar 4.8 Tatat Tertib Binuang <i>Waterpark</i> .....	44
Gambar 4.9 Postingan Binuang <i>Waterpark</i> .....	45
Gambar 4.10 Keramaian Pengunjung Binuang <i>Waterpark</i> .....	49
Gambar 4.11 Fasilitas Binuang <i>Waterpark</i> .....	50
Gambar 4.12 Keamanan dan Kepatuhan saat Antri.....	52
Gambar 4.13 Artis Tyas Mirasih Berkunjung ke Binuang <i>Waterpark</i> .....	56
Gambar 4.14 Konten Berbasis Cerita.....	56

## DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Binaan <i>Waterpark</i> .....	33
--	----