

**KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU FLOATING MARKET
LEMBANG SEBAGAI DESTINASI WISATA KELUARGA DI LEMBANG
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN KONSUMEN**

(Studi pada Floating Market Lembang)

TUGAS AKHIR



TRI WICAKSONO

1131003058

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tri Wicaksono

NIM : 1131003058

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Terpadu FML Sebagai Destinasi Wisata Keluarga di Lembang Uuntuk Meningkatkan Kesadaran Konsumen (Studi pada Floating Market Lembang)

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari A., S. Sos, M. S

()

Penguji 1 : Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

()

Penguji 2 : Dessy Kania, M.A

()

Ditetapkan di : DKI Jakarta

Tanggal : 12 Febuari 2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Tri Wicaksono

NIM : 1131003058

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 February 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. Karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Kepribadian Konsumen dalam Komunikasi Ulasan pada Tiga Marketplace”. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, tentunya banyak sekali pihak-pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan baik melalui bimbingan dan arahan serta saling bertukar pikiran dan pengalaman. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

A. Ibu Dr. Prima Mulyasari A., S. Sos, M. S

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Prima selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk saya menyelesaikan skripsi, mohon maaf jika saya banyak melakukan kesalahan dan mengganggu Ibu disela sela kesibukan.

B. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta, dan juga merupakan dosen pendamping saya di Universitas Bakrie. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu-ilmu kepada saya, memotivasi saya saat dimatakuliah, dan berorganisasi.

C. Orang Tua

Segenap terima kasih saya ucapkan kepada mama dan papa yang selalu mendukung dan memberikan saran dan semangat dalam menjalankan tugas akhir ini dan selalu memberikan kasih sayang yang sangat besar kepada saya dan itu saya jadikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

D. Teman – teman Ilmu Komedi 2013

Terima kasih sebesar – besarnya kepada teman ilmu komunikasi universitas Bakrie 2013 Devan, Muchil, Karel, bimo, Richad, Prita, Tatcha, fika, sinta, patkay, eca, leo ali, peter, cemong, gista, gladis, abel, syima dan masih banyak lagi terimakasih banyak.

E. Terimakasih kaka senior komunal

Terimakasih banyak untuk kakak 2010, 2011, dan 2012 yang sudah mendidik angkatan kami yang menjadikan kami sangat kuat dengan tugas – tugas yang telah di berikan oleh dosen – dosen. Saya ucapkan terimakasih untuk kak bala, kak atar yang bikin logo komunal, kak umar, kak ijak, kak seto, kak bos, kak faris megadito, kak dito kogit, kak genta, kak jiung, kak seno, kak momon, kak adil, kak andi DJ, kak nitia, nadya pesek yang udah jadi ibu, KAK TIKA MODEL YANG CALON ISTRI KU, kak abby a.k.a gengkor.

F. Terimakasih untuk adik – adik Ilmu Komedi

Terimakasih banyak sebesar – besarnya untuk junior – junior yang selalu mendukung dan memberikan selamat kepada saya dan teman – teman ku. Di utamakan untuk Dicky bungaran, Danu botak, Egi Gatot Kaca, Gerald Samson Ciledug, Farah Adenya Fakrie, Hany Arab Cebol, Laras Cina Cebol, pare kedemenanya Bimo, Dita Wanita Rokes, Rayi Bewok, Dimas Toku, Daus Mini, Deby, Hadjun Sarden, Idung Adenya Fossil, Nobita 15, Maynisa, afqar, Reyna Si Cantik Lemot, Jessica Kumala Atmaja Yang Lebih Cantik Jilbab Pas Mungkin Kalo Jadi Pasangan Hidup Saya. Dan Makasih Banyak Untuk Ade – ade 2014,2015,2016, dan 2017 semoga tetap slow menghadapi semua tantangan di dunia pendidikan ini

G. Teman – teman SMA 3 Jakarta

Terimakasih banyak untuk teman SMA 3 berkat kalian dan motivasi kalian saya telah dapat menyelesaikan tugas akhir saya .

H. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Wicaksono
NIM : 1131003058
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“komunikasi pemasaran terpadu FML sebagai destinasi wisata keluarga di Lembang untuk meningkatkan kesadaran konsumen”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Febuari 2019

Yang menyatakan,



Tri Wicaksono

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana wisata keluarga yang di komodikasikan dalam sebuah wahana rekreasi yang bernuansa alam yang nyaman oleh Floating Market Lembang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyak tempat wisata yang bertemakan alam dan keluarga yang dikemas dengan konsep yang unik dan beda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komodifikasi jasa wisata keluarga dengan menggunakan komunikasi pemasaran terpadu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode elemen bauran. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara secara mendalam, observasi, serta menggunakan data sekunder melalui material promosi yang di gunakan Floating Market Lembang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi terjadi dalam berbagai aspek dalam destinasi wisata keluarga yang dilihat melalui elemen bauran komunikasi pemasaran terpadu.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Elemen Bauran, Destinasi Wisata keluarga

ABSTRACT

This study discusses how family tourism is commodified in a recreational vehicle with natural nuances that are comfortable by Floating Market Lembang. This research is motivated by more and more tourist attractions with natural and family themes that are packed with unique and different concepts. This study aims to analyze the commodification of family tourism services by using integrated marketing communication. In this study, the author uses the mixed element method. Data sources used are primary data with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation, and using secondary data through promotional materials that are used by the Lembang Floating Market. The results of this study indicate that commodification occurs in various aspects of family tourism destinations which are seen through the integrated marketing communication elements.

Keywords: Marketing Communications, Intregeted Marketing Communications, mix elements, Family Tourism Destination

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv-v
DAFTAR ISI	vi-viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	xi
	xii-
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-3
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II Tinjauan Pustaka & Kerangka Pemikiran	5
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	5-14
2.2 Tinjauan Pustaka	15

2.2.1	Komunikasi pemasaran	15
2.2.2	Strategi Integrated Marketing Commucation.....	15-16
2.2.3	Integrated Marketing Commucation.....	16-17
2.2.4	Elemen Bauran Integrated Marketing Commucation	17-18
2.2.5	Tourism Destination.....	19-20
2.2.6	Destinasi Wisata Keluarga.....	20
2.2.7	Kerangka komunikasi pemasaran terpadu Floating Market Lembang sebagai destinasi wisata di Lembang untuk meningkatkan kesadaran konsumen.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Metode Penelitian.....	22-23
3.2	Obyek Penelitian dan Subyek Penelitian.....	23
3.3	Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.1	Sumber Data	24
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	24-26
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	26-29
3.5	Teknik Analisis Data.....	29-30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Profil Floating Market Lembang	33-37

4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Iklan	38-46
4.2.2 Penjualan Personal	46-51
4.2.3 Pemasaran Langsung	51-54
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 Destinasi Wisata.....	55-60
4.3. Matrik Penelitian.....	60-63
4.2.3 Iklan dan Personal selling FML.....	64
BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64-65
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Saran Akademis.....	65-67
5.2.2 Saran Praktisi.....	67

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Floating Market Lembang	2
Gambar 3.5 Analisis Model Interaktif Miles dan Huberman	4
Gambar 4.1 Raibow Garden.....	35
Gambar 4.1 Hijab Swimmingpoll	35
Gambar 4.1. Kota Mini.....	36
Gambar 4.1. Pasar Apung	36
Gambar 4.2.1 Nasasumber Pertama.....	39
Gambar 4.2.2 Nasasumber Kedua.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil penelitian Sebelumnya.....	8-14
Tabel 2.2 Operasional Konsep.....	29-30
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	21
Table 3.4.2 Operasional Konsep.....	29
Tabel 4.1 Bagan Struktur Floating Market Lembang.....	37
Tabel 4.3.1.5 Matriks Penelitian Komunikasi Pemasaran Terpadu FML....	50