

**ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
(Studi Kasus Pada *Marcopolo Water Adventure*)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
NUR MAIDAH
044115396**



1188

PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

No. Terima :
No. Induk Buku : 1188/115/1473721
No. Class : 1188 MUR 7 2019
Sumber Buku :

mankom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

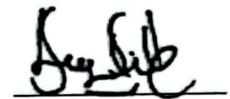
Nama : Nur Maidah
NPM : 044115396
Judul : Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Pada *Marcopolo Water Adventure*)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

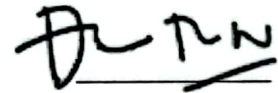
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

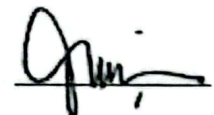
Pembimbing I : Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513



Pembimbing II : Dr.David Rizar Nugroho, M.Si
NIK. 1.0909 048 514



Pembaca : Diana Amaliasari, M.Si
NIK. 1.0113 001 606



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 28 Mei 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

Nur Maidah, 044115396. 2019. **Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Pada Marcopolo Water Adventure)**. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB), Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Muslim, M.Si dan Dr. David Rizar Nugroho, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh *Marcopolo Water Adventure* dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Data diperoleh dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Wawancara mendalam sebagai *key informan* penelitian adalah *Manager and Head Of Marketing Communication, Staff Marketing and Promotion* dan *Sales Marketing*. Sedangkan untuk informan yaitu dua orang pengunjung *Marcopolo Water Adventure*. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber yang memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda untuk menggali data sejenis dan sebagai pembanding untuk mengecek data yang sebenarnya. Sedangkan untuk teknik pengolahan data menggunakan model analisis interaktif menurut Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan pengujian kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marcopolo Water Adventure* telah melakukan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu dalam bentuk bauran promosi secara efektif. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan ialah melalui periklanan, penjualan personal, pemasaran langsung, promosi penjualan, pemasaran internet dan hubungan masyarakat. Komunikasi pemasaran terpadu sangatlah penting untuk diterapkan untuk memperkenalkan dan menarik pengunjung. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan, adapun kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang paling efektif digunakan adalah melalui promosi penjualan berupa program potongan harga dan diskon yang diberikan untuk menarik minat pengunjung untuk datang dan pemasaran internet melalui media digital, seperti *website, facebook, instagram dan twitter*. Selain itu, peneliti juga menemukan kendala yang dihadapi dalam melakukan komunikasi pemasaran yaitu adanya kedatangan pengunjung yang ramai hanya pada bulan-bulan tertentu saja, sehingga hal ini berdampak pada tujuan perusahaan. Kendala yang dilakukan ialah dengan membuat strategi yang lebih gencar dan menyusun *planning* yang lebih efektif.

Kata kunci: Komunikasi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, *Marcopolo Water Adventure*