

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DINAS  
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BOGOR DALAM  
MEMPERKENALKAN BATIK BOGOR**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**SINTA DEVI LESTARI**

**0441 16 289**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JUNI 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

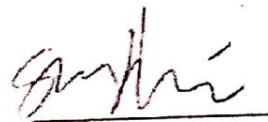
Skripsi ini disusun oleh :

Nama : Sinta Devi Lestari  
NPM : 044116289  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Marketing Public Relations Dinas  
Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Dalam  
Memperkenalkan Batik Bogor

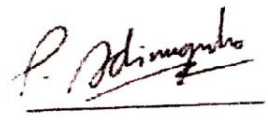
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

**DEWAN PENGUJI**  
Menyetujui,

Pembimbing I : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si.  
NIP : 1.0715 022 649



Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom  
NIP : 1.0616 049 760



Pembaca : Mariana R.A Siregar, M.I.Kom  
NIP : 1.1211 053 566



Ditetapkan di :


Tanggal :

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



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

Kena Program Studi

  
Muslim. S.Sos., M.Si.  
NIP : 1 0909 048 513



## ABSTRAK

**SINTA DEVI LESTARI 044116289. 2020. "Analisis Strategi *Marketing Public Relations* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor Dalam Memperkenalkan Batik Bogor." Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan Bogor. Di bawah Bimbingan Sardi Duryatmo dan Prasetyo Adi Nugroho.**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor adalah instansi yang bertujuan mengembangkan konsep perekonomian di era ekonomi baru. Dalam pelaksanaan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bogor Disparbud melakukan suatu kegiatan untuk memperkenalkan batik bogor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan dan strategi *marketing public relations* dalam memperkenalkan batik bogor. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Jenis dan data sumber menggunakan data primer dan data sekunder.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Disparbud sudah melaksanakan kegiatan *marketing public relations* dengan melaksanakan 3 strategi *marketing public relations* meliputi *push*, *pull*, *pass strategy* (Duncan dalam Nurbani, 2010) untuk kegiatan *marketing public relations* dalam mencapai tujuannya. *Push strategy* dengan melakukan promosi melalui *online*, juga secara *offline* melalui *event* dan secara *face to face* ke instansi-instansi. Selain itu promosi ini dilakukan dengan memperkenalkan kampung Cibuluh yang sudah dicanangkan sebagai kampung batik yang nantinya secara langsung batik bogor terpromosikan kepada wisatawan yang datang.

Adapun *Pull strategy* dengan melakukan kegiatan media *event*, mengadakan *event* Bogor batik run itu cukup menarik perhatian media juga setiap hari besar seperti hari jadi Bogor kegiatan yang dilakukan yaitu mencanting dengan 100 anak dan juga mencanting dengan 100 mahasiswa dari Jepang, Nigeria, dan Thailand. Di dalam strategi ini ada juga pameran pernah ikut serta saat lomba desain motif batik tulis bogor di acara gebyar ekraf dan di inakraf. Dalam acara atau pameran yang berlangsung ada kegiatan *sampling*, dan juga ada *endorse* ketika acara MOKA Kota Bogor, yang nantinya batik bogor tersebut dipakai oleh para peserta MOKA Kota Bogor. Adapun publikasi yang dilakukan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Publikasi yang dilakukan melalui media sosial *instagram*, melalui poster, flyer dan media koran. *Pass strategy* menjangkau masyarakat yang tebal terhadap suatu kegiatan seperti publikasi melalui media. Maka strategi ini pun dilakukan dengan mengadakan program peduli yang diadakan oleh komunitas batik bogor yaitu mencanting gratis dengan anak-anak jalanan. Kemudian sponsorship, dinas pariwisata dan kebudayaan kota Bogor memfasilitasi kegiatan yang akan dilakukan oleh perajin batik di kampung batik cibuluh, lalu sponsorship yang dilakukan pada saat acara MOKA Kota Bogor dan di setiap acara KCBI (Komunitas cinta berkain). Dengan melaksanakan kegiatan dan strategi *marketing public relations* oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor dapat memperkenalkan batik bogor.

**Kata Kunci :** strategi *marketing public relations*, kebudayaan bogor, batik bogor.