

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLF COURSE
TERINGBAY NONGSA DALAM PENINGKATAN
KUNJUNGAN PASCA COVID 19**

SKRIPSI



**Oleh:
Ranisha Dwinata
191110046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLF COURSE
TERINGBAY NONGSA DALAM PENINGKATAN
KUNJUNGAN PASCA COVID 19**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Ranisha Dwinata
191110046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ranisha Dwinata
NPM : 191110046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Golf Course Teringbay Nongsa Dalam Peningkatan Kunjungan Pasca Covid 19

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buatengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 3 Agustus 2023


UNIVERSITAS ISLAM
SUMATERA UTARA
0814005032000006

RANISHA DWINATA

191110046

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLF COURSE
TERINGBAY NONGSA DALAM PENINGKATAN
KUNJUNGAN PASCA COVID 19**

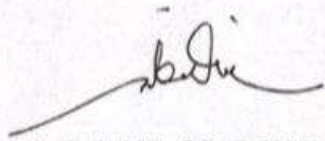
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Ranisha Dwinata
191110046

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 3 Agustus 2023



Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom
Pembimbing

ABSTRAK

Pariwisata memiliki peran yang tak terbantahkan sebagai salah satu kontributor utama bagi perekonomian suatu negara, sehingga pembangunannya menjadi sangat penting. Salah satu sektor pariwisata yang secara signifikan berkontribusi terhadap pendapatan nasional adalah olahraga golf. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi strategi komunikasi pemasaran dari Golf Course Teringbay Nongsa dalam meningkatkan kunjungan pasca COVID-19 dan berkontribusi pada perekonomian nasional. Studi ini menggunakan wawancara dengan informan untuk mengkaji berbagai bentuk implementasi strategi komunikasi pemasaran di Golf Course Teringbay Nongsa, dengan menggunakan teori Integrated Marketing Communication sebagai kerangka konseptual. Temuan penelitian memberikan wawasan berharga tentang efektivitas dari strategi yang diterapkan dalam menarik pengunjung di tengah tantangan yang dihadapi oleh pandemi dan potensi dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi negara.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Komunikasi, Pariwisata, Golf

ABSTRACT

Tourism plays an undeniable role as one of the major contributors to a country's economy, making its development crucial. One of the tourism sectors that significantly contributes to national revenue is the sport of golf. Therefore, this research aims to investigate the marketing communication strategies of Golf Course Teringbay Nongsa in enhancing post-COVID-19 visits and contributing to the national economy. The study utilizes informant interviews to examine the various forms of implementing marketing communication strategies at Golf Course Teringbay Nongsa, employing the Integrated Marketing Communication theory as the conceptual framework. The research findings provide valuable insights into the effectiveness of the applied strategies in attracting visitors amidst the challenges posed by the pandemic and their potential impact on the economic growth of the nation.

Keyword : Marketing communication strategies, Integrated marketing communication, Tourism, Golf


KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1). Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Ageng Roro Cindoswari, S.P., M.Si. Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
4. Bapak Sholihul Abidin, S. Sos., M.I.Kom. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Putera Batam.
5. Kedua orang tua saya Bapak Bambang Dwi Winata dan Ibu Juriah yang amat saya cintai dan selalu mensupport saya dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Dan bersyukur bisa berada di tahap ini berkat doa dari kedua orang tua saya.
6. Sepupu saya Krys Nanda, yang memberikan dukungan materil selama perkuliahan, sehingga saya dapat berada di tahap ini.
7. Teman-teman seperjuangan skripsi terkasih Risma Maya, Dolly Martend, Qory Framana, M Hendrawan, yang saya banggakan dan selalu memberikan motivasi dan semangat.
8. Sahabat saya Ni Nyoman dan Dian Agustina yang telah menguatkan saya dan memberikan dukungan penuh sehingga skripsi saya selesai.
9. Kepada informan-informan yang telah memberikan informasi sehingga lancarnya penyusunan skripsi ini.
10. Tak lupa saya berterimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah berproses, berjuang dan tetap bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah melewati masa-masa berat di proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 3 Agustus 2023



Ranisha Dwinata

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teoritis	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.4 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.1.1 Metode Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Obyek Penelitian	39
3.3 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Informan.....	40

3.3.2	Instrumen Penelitian	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Observasi.....	43
3.4.2	Wawancara.....	43
3.4.3	Dokumentasi	44
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.6	Uji Kredibilitas Data	48
3.6.1	Uji Credibility	48
3.6.2	Uji Transferbility	50
3.6.3	Uji Depandability Dan Confirmbility	51
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Profil Obyek Penelitian.....	53
4.1.1	Gambaran Umum Golf Course Teringbay Nongsa	53
4.1.2	Visi dan Misi Golf Course Teringbay Nongsa	56
4.1.3	Logo Golf Course Teringbay Nongsa.....	57
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Implementasi <i>Intregeted Marketing Communication</i>	59
4.3	Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Bunker Golf Course Teringbay Nongsa, Hole Dua.....	4
Gambar 1. 2	Lapangan Golf Teringbay Nongsa.....	4
Gambar 1. 3	Hole Pada Lapangan Golf Course Teringbay Nongsa.....	5
Gambar 1. 4	Pemandangan Stater Golf Course Teringbay Nongsa	7
Gambar 1. 5	Denah Golf Course Teringbay Nongsa.....	8
Gambar 1. 6	Proshop & Resepsionis Golf Course Teringbay Nongsa.....	9
Gambar 1. 7	Suasana Restoran Golf Course Teringbay Nongsa.....	9
Gambar 1. 8	Stik Golf Full Set.....	10
Gambar 1. 9	Area Lobby Golf Course Teringbay Nongsa.....	10
Gambar 1. 10	Pegolf Pada Event Gubernur Cup 2022.....	11
Gambar 2. 1	Integrated Marketing Communication (IMC) menurut Kotler& Keller ...	23
Gambar 3. 1	Tringulasi, Berbagai Teknik Pengumpulan Data , Pada Sumber Yang Sama	50
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi Course Teringbay Nongsa	56
Gambar 4. 2	Logo Golf Course Teringbay Nongsa.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Golf Course Teringbay Nongsa	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2. 2 Kerangka Konseptual	36
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	52