



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA RELIGI SUNAN GIRI

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu komunikasi (S.Ikom)

Oleh :

Nur Khasanah
NIM. B75218074

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2023**

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Khasanah

NIM : B75218074

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Religi Sunan Giri* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 20 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



METERAI
TEMPEL
10000
KBEFEAMX147574761

Nur Khasanah

NIM. B75218074

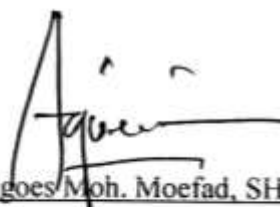
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nur Khasanah
NIM : B75218074
Program Studi : ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata
Religi Sunan Giri

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 26 Juni 2023

Menyetujui Pembimbing,



Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si

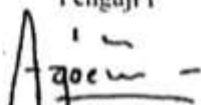
NIP. 197008252005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
STRATEGY KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA
RELIGI SUNAN GIRI

SKRIPSI
Disusun oleh
Nur Khasanah
B75218074

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu (S1)
Pada tanggal 12 Juli 2023
Tim penguji

Penguji I



Dr. Agoes Moh. Moefad, SH,
M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji II



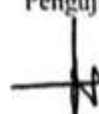
Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip,
M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji III



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.
Ag. M. Si
NIP. 197312171998032002

Penguji IV



Advan Navis Zubaidi, S.ST,
M.Si
NIP. 198311182009011006

Surabaya, 21 Januari 2025

Dekan,



Dr. Mulya Cahaya Arif, S.Ag, M.Fil.I
197140171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Khasanah _____
NIM : B75218074 _____
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi _____
E-mail address : numurkhasanah30@gmail.com _____

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA RELIGI SUNAN GIRI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Januari 2025

Penulis

(Nur Khasanah)

ABSTRAK

Nur Khasanah, Nim B75218074, 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Religi Sunan Giri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan komunikasi pemasaran, implementasi komunikasi pemasaran dan solusi jika wisata religi Sunan Giri mengalami hambatan komunikasi.

Untuk mendeskripsikan persoalan tersebut, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian data diolah menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perencanaan komunikasi pemasaran wisata religi sunan Giri yakni (a) pembuatan booklet, (b) keikutsertaan disparekrafbudpora dalam berbagai event, (c) ajakan kepada wisatawan selain berziarah ke makam juga berkunjung ke museum sunan Giri. (2) pelaksanaan komunikasi pemasaran dengan teori bauran pemasaran (a) iklan yang digunakan melalui media sosial dan non media sosial, (b) promosi dengan akses masuk ke museum sunan Giri secara gratis, (c) hubungan masyarakat melibatkan semua pihak untuk memasarkan wisata religi sunan giri (d) penjualan langsung dengan cara berinteraksi secara langsung kepada wisatawan, (e) pemasaran langsung dengan media elektronik SIPATUGT (3) solusi dari hambatan komunikasi pemasaran yakni mengadakan pelatihan digital marketing agar terbentuk SDM yang berkualitas.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, wisata religi Sunan Giri

ABSTRACT

Nur Khasanah, Nim B75218074, 2023. Sunan Giri Religious Tourism Marketing Communication Strategy.

This study aims to determine the planning of marketing communications, the implementation of marketing communications and solutions if there are communication barriers to the religious tourism of Sunan Giri.

SIPATUGT electronic media (3) solutions to marketing communication barriers namely holding digital marketing training to form quality human resources. The results showed that (1) marketing communication planning for sunan Giri religious tourism namely (a) making booklets, (b) the participation of Disparekrafbudpora in various events, (c) invitations to tourists besides visiting the tombs also visiting the Sunan Giri museum. (2) implementing marketing communications with marketing mix theory (a) advertising used through social media and non-social media, (b) promotion with free access to the Sunan Giri museum, (c) public relations involving all parties to market religious tourism sunan giri (d) direct sales by interacting directly with tourists, (e) direct marketing with SIPATUGT electronic media (3) solutions to marketing communication barriers namely holding digital marketing training to form quality human resources.

Keywords: communication strategy, marketing communications, Sunan Giri religious tourism

خلاصة

سنان جيرى استراتيجية. 2023 ، B75218074 نور خصانة ، نيم
الاتصالات والتسويق السياحي الديني.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تخطيط الاتصالات التسويقية وتنفيذ
الاتصالات التسويقية والحلول إذا كانت هناك حواجز اتصال للسياحة الدينية
لسنان جيرى.

لوصف المشكلة استخدم الباحث نوع البحث الوصفي النوعي. تقنيات جمع
البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق ثم تتم معالجة البيانات
باستخدام نظرية مزيج الاتصالات التسويقية.

وأظهرت النتائج أن (1) تخطيط الاتصالات التسويقية للسياحة الدينية في
سنن جيرى وهي (أ) عمل كتيبات ، (ب) مشاركة ديسباريدباركراف في
مناسبات مختلفة ، (ج) دعوات للسياح بالإضافة إلى زيارة المقابر وكذلك
زيارة متحف سنن جيرى. (2) تنفيذ الاتصالات التسويقية بنظرية المزيج
التسويقي (أ) الإعلان المستخدم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي
ووسائل الإعلام غير الاجتماعية ، (ب) الترويج مع الوصول المجاني إلى
متحف سنن جيرى ، (ج) العلاقات العامة التي تشمل جميع الأطراف
(د) المبيعات المباشرة من خلال التفاعل (giri لتسويق سنن السياحة الدينية
المباشر مع السياح ، (هـ) التسويق المباشر باستخدام وسائل الإعلام
لحواجز الاتصال التسويقي وهي (3) SIPATUGT الإلكترونية
إجراء تدريب على التسويق الرقمي لتكوين موارد بشرية عالية الجودة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاتصال ، الاتصالات التسويقية ، سنن
جيرى السياحة الدينية

DAFTAR ISI

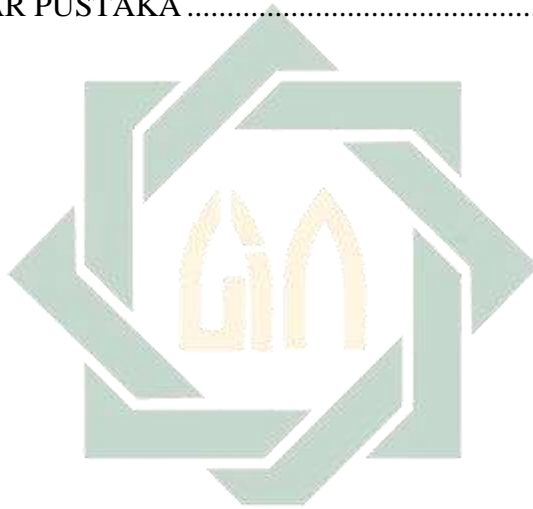
ABSTRAK.....vi

DAFTAR ISI

BAB I:PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Definisi Konsep.....	4
F. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II:KAJIAN TEORITIK.....	8
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif dalam Meningkatkan Peziarah.....	10
2. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online, Media Elektronik dan Media Cetak.....	13
3. Pengenalan Wisata Religi Sunan Giri.....	15
4. Hambatan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20
5. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Islam.....	21
6. Kerangka Penelitian.....	21
B. Kajian Teori.....	23
1. Teori Bauran komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	23
2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	27
BAB III:METODE PENELITIAN.....	31

A. Subyek dan Objek Penelitian	31
1. Subyek Penelitian	31
2. Objek Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian	32
C. Jenis dan Sumber Data	32
1. Jenis Data	33
2. Sumber Data	33
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Teknik Observasi.....	35
2. Teknik Wawancara.....	35
3. Teknik Dokumentasi	35
F. Teknik Validitas Data.....	35
G. Teknik Analisis Data	35
 BAB IV:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 37
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	37
1. Profil Wisata Religi Makam Sunan Giri	37
B. Penyajian Data.....	41
1. Data tentang Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wisata Religi Sunan Giri	42
2. Data tentang pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Wisata Religi Sunan Giri	48
3. Data tentang Solusi Komunikasi Pemasaran Wisata Religi Sunan Giri.....	53
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	37
1. Temuan Penelitian	37
2. Pembahasan Hasil Penelitian Perspektif Teori	66
3. Pembahasan Hasil Penelitian Perspektif Keislaman.....	69
 BAB V:PENUTUP	 71

A. Simpulan.....	71
B. Rekomendasi	71
C. Keterbatasan Penelitian	71
DAFTAR PUSTAKA.....	75



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anoraga, panji.2009. *Manajemen Bisnis*.(Jakarta: Rineka Cipta)
- Bungin, Burhan.2001.*Metode Penelitian Kualitatif*.(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- Cangara, Hafied . *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Jakarta : Raja Grafindo)
- Firmansyah, Anang.2020.*Komunikasi Pemasaran*. (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media)
- Gamal, Suwanto.2004.*Dasar-Dasar Pariwisata*. (Yogyakarta: Andi)
- Kennedy, John dan Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. (Jakarta : Bhuana Ilmu Populer)
- Kotler, Phillip.2008.*Manajemen Pemasaran Edisi 12.Jilid 2*.(Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia)
- Kurniawan, Agung. 2005.*Transformasi Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Pembaruan)
- Herdiansyah, Haris.2011.*Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial Cetakan Kedua*.(Jakarta: Salemba Humanika)
- Hermawan, Agus.2012.*Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga)
- Iswandi, Syahputra.2007.*Komunikasi Profektif Konsep dan Pendekatan*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media)
- Moleong, Lexy.2002.*Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya)

- Mulyana, Deddy.2004.*Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Teknik*. (Bogor : Ghalia Indonesia)
- Rosalim, Sovia, Susilowati.2020.*Komunikasi bisnis (Pendekatan Praktis)*. (Malang: UB Press)
- Staton, William J.2000.*Pengantar Bisnis Modern*.(Erlangga)
- Sula, Syakir dan Hermawan Kertajaya.2000.*Syariah Marketing*. (Bandung: Mizan)
- Tasnim, Sudarso, Andriasan.2021.*Komunikasi Pemasaran*.(Yayasan Kita Menulis)
- Tedi, Sutardi . 2007. *Antropologi : Mengungkap Keragaman Budaya*. (Bandung : Setia Purna Inves)
- Uchjana, Effendi Onong. 1993. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*.(Bandung: Remaja Rosdakarya)
- Zarella Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta)

Skripsi

- Azizah, Siti Nur.2016.*Startegi Pemasaran Wisata Religi di PT. Citra Gilang Pariwisata Semarang*.Universitas Islam Negeri Sunan Walisongo
- Hadi, Mochammad Nur.2018.*Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jombang Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Pada Wisata Religi Makam Presiden Republik Indonesia*

- Ke 4 Kh. Abdurrahman Wahid). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
- Sapta, Tengku Herly.2019.*Komunikasi Wisata Religi Masjid Azizi Langkat Untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan Oleh Pemerintah Kabupaten Langkat*.Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Selviana, Erwanda.2019.*Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ponorogo Dalam Mempromosikan Program Tahun Wisata 2019*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sihabuddin, Iqbal.2019.*Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Objek Wisata Religi Kota Magelang (Studi Pada Makam Syekh Subakir*.Institute Agama Islam Negeri
- Widodo.*Metodologi Penelitian: Populer & Praktis*.2018.(Depok: PT. Raja Grafindo Persada)

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
Jurnal

- Al Hakim, Rosyid Ridlo . 2021. *Pencegahan Penularan Covid-19 Berbasis Aplikasi Android Sebagai Implementasi Kegiatan KKN Tematik Covid-19 di Sokanegara Purwokerto* Vol.2, no. 1
- Aydin Mufit dan Mustafa Soba. 2013.*Product Placment Efficiency In Marketing Communication Strategy*. Vol. 8. No 12
- Hazizah, D. dkk. 2016. Analisis tiga perubahan komunikasi pemasaran melalui iklan (Studi kualitatif pada iklan naratif online “line – nic and mar”). Vol 3 no 2

- Jannah, Uzlifatul dan Agoes Moh. Moefad. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi di Gresik Jawa Timur*. Vol. 9. No 2,
- Lestari, Sinta Petri . 2015. *Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang)*”, Vol 4 No. 2
- Muntadliroh. 2016. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Ekowisata di Kebun Raya Eka Karya, Bedugul, Bali*. Vol 3. No 1
- Nasarrudin, Razie Bin dan Anang Hermawan. 2010. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Surat kabar Malaysia (Studi Deskriptif Harian Sinar Harian Selangor)*. Vol 4. no 2
- Rahmiyati. 2015. *Media Cetak dan Elektronik dalam Bimbingan Penyuluhan* vol 3 no 2
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Vol 5, No 1
- Papeo, Adyan, dkk. 2021. *Pengaruh Komunikasi Terhadap Citra Perusahaan PT. Telkom Indonesia Manado*. Vol 6. No 003

Lain-lain

Al-Qur'an, *An Nahl* : 105

Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Surabaya: Pustaka Agung Harapan)

Dosen Sosiologi. 2021. *Pengertian Kerangka Penelitian, Macam konsep, dan Contohnya*. Diakses 25 Oktober 2021 di

<https://dosensosiologi.com/kerangka-penelitian-dan-contohnya-lengkap/>

Suryowati, Estu. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Naik 45 Juta setelah pandemic*. Jawa Pos 20 Juni 2022



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A