

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
FESTIVAL SENI SURABAYA DALAM MENARIK  
PENGUNJUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
(S. Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi**



Oleh:

**BERTA CATURINA**

**NIM: B36207013**

**PERPUSTAKAAN  
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

No. KLAS

X  
D-2011  
057  
Kom

No. REG

: D-2011/Kom/57

ASAL BUKU :

TANGGAL :

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**FAKULTAS DAKWAH**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2011**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA  
PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Berta Caturina  
NIM : B36207013  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Rambutan No.35 RT 05/RW 02 Geluran, Taman,  
Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan hasil plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 20 Juni 2011

Yang menyatakan,



BERTA CATURINA

NIM. B36207013

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Berta Caturina  
NIM : B36207013  
Progam Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Festival Seni Surabaya Dalam Menarik Pengunjung**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 20 Juni 2011

Dosen Pembimbing,



**Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si**

**19540907 198203 1 003**

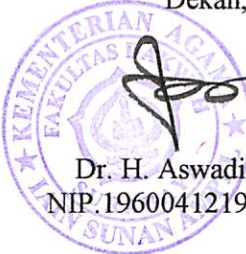

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Berta Caturina ini telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji Sekripsi

Surabaya, 11 Juli 2011

Mengesahkan  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel  
Fakultas Dakwah

Dekan,




Dr. H. Aswadi, M.Ag. ♀  
NIP.196004121994031001

Ketua,




Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si  
NIP.195409071982031003

Sekretaris,



Rahmad Harianto, S.IP  
NIP.197805092007101004

Penguji I,



Ali Nurdin, S. A g, M. Si  
NIP. 197106021998031001

Penguji II,



Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP. 197110171998031001

## ABSTRAK

Berta Caturina, Nim. B36207013, 2011. Strategi Komunikasi Pemasaran Festival Seni Surabaya Dalam Menarik Pengunjung. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Strategi, Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini adalah tentang bagaimana langkah-langkah komunikasi pemasaran Festival Seni Surabaya dalam menarik pengunjung.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi dan jenis penelitian kualitatif. Kemudian data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan/ verifikasi (*conclusion drawing/ verification*).

Dari penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa langkah-langkah komunikasi pemasaran Festival Seni Surabaya dalam menarik pengunjung yang sesuai dengan teori komunikasi pemasaran terpadu, yaitu: (1) menyebarkan press release di berbagai media cetak, (2) melakukan pers conversns kepada wartawan-wartawan media cetak, (3) melakukan promosi melalui jejaring sosial seperti blok dan facebook, (4) membuat, menyebar flayer dan baliho.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	5
F. Definisi Konsep .....	8
G. Kerangka Pikir Penelitian .....	13
H. Metode Penelitian	
1. Pendekatan dan Jenis penelitian .....	15
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian .....	15
3. Jenis dan Sumber Data .....	15
4. Tahap-tahap Penelitian .....	16
5. Teknik Pengumpulan Data .....	18
6. Teknik Analisis Data .....	20
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	21
I. Sistematik Pembahasan.....	23



## **BAB II : KAJIAN TEORITIS**

<b>A. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>25</b>
1. Strategi .....	25
2. Komunikasi .....	28
3. Strategi Komunikasi .....	31
4. Komunikasi Pemasaran .....	34
5. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	36
<b>B. KAJIAN TEORI .....</b>	<b>38</b>
1. Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	38
2. Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integreted Marketing Comunication) .....	40

## **BAB III : PENYAJIAN DATA**

<b>A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian .....</b>	<b>47</b>
1. Deskripsi Subyek Penelitian .....	47
2. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
3. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	49
<b>B. Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>62</b>

## **BAB IV : ANALISIS DATA**

<b>A. Temuan Penelitian .....</b>	<b>69</b>
<b>B. Konfirmasi Temuan dengan Teori .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB. V : PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>79</b>
<b>B. Rekomendasi .....</b>	<b>80</b>

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Matrik Penelitian Terdahulu.....	5
------------	----------------------------------	---



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Kerangka pikir Penelitian.....	13
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	: .....	56
Gambar 3.2	: .....	61