

**MARKETING PUBLIC RELATIONS SEBAGAI ALAT  
PROMOSI PARIWISATA DI JAWA TIMUR PARK  
GROUP**

**SKRIPSI**



Oleh:

**MARIA REGISTA ARANDHA**

**NPM: 20045010005**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SURABAYA**

**2024**

**MARKETING PUBLIC RELATIONS SEBAGAI ALAT PROMOSI  
PARIWISATA DI JAWA TIMUR PARK GROUP**

Disusun Oleh:

**Marla Regista Arandha**  
NPM. 20045010005


**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

Menyetujui,  
Pembimbing,

  
**Sheidy Yudhiasta, S.Pd, M.Par.**  
NIP. 198904202022032003

Mengetahui,

**DEKAN**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

**MARKETING PUBLIC RELATIONS SEBAGAI ALAT PROMOSI  
PARIWISATA DI JAWA TIMUR PARK GROUP**

Disusun Oleh:

**Maria Regista Arandha**  
NPM. 20045010005

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 10 Desember 2024

Pembimbing,

  
**Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par.**  
NIP. 198904202022032003

Tim Penguji,

1.   
**Joko Mijiarto, S.Hut., M.Si.**  
NIP. 199105122024061004

2.   
**Leily Suci Rahmatin, S.Par., M.Par.**  
NIP. 199405072022032009

3.   
**Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par.**  
NIP. 198904202022032003

Mengetahui,

**DEKAN**  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maria Regista Arandha  
NPM : 20045010005  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Pariwisata  
Judul Skripsi : *Marketing Public Relations* sebagai Alat Promosi  
Pariwisata di Jawa Timur *Park Group*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi akhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 3 Desember 2024



**Maria Regista Arandha**

**NPM. 20045010005**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "*Marketing Public Relations sebagai Alat Promosi Pariwisata di Jawa Timur Park Group*". Skripsi ini merupakan bagian dari tugas akhir yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi saya di bidang Pariwisata.

Saya mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sheidy Yudiasta, S.Pd., M.Par, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan bimbingan, arahan, serta koreksi demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis telah melalui perjalanan yang panjang dalam menyelesaikan skripsi ini. Meskipun banyak rintangan yang dihadapi selama proses penyusunan, penulis dapat menyelesaikannya berkat kehendak-Nya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan kekuatan dan penyertaan yang besar kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada Bunda Maria, yang senantiasa menjadi perantara doa-doa saya kepada Tuhan, serta kepada para Santo dan Santa yang mendoakan dan melindungi saya selama proses penelitian ini.
2. Dr. Catur Suratnaoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

3. Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si, selaku Koordinator program studi pariwisata Fakultas Ilmu Sosisal dan ilmu politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen Program Studi Pariwisata yang telah dengan tulus memberikan ilmu, bimbingan, dan inspirasi selama masa studi peneliti. Semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi amal yang berharga. Terima kasih sebesar-besarnya atas kontribusi dan peran Bapak/Ibu dosen dalam perjalanan akademik peneliti.
5. Kedua orang tua peneliti, Abdul Rokim dan Herlina Pujiati, yang senantiasa memberikan motivasi, doa, dan kasih sayang yang terus mengalir. Terimakasih juga atas dukungan tak terhingga, baik secara materi maupun moril, yang terus mereka berikan sepanjang masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Kakak dan adik peneliti, Theresia Dea Randha Rosalina dan Verena Revaline Aryndia, atas doa, kasih sayang, semangat, serta penghiburan yang selalu mereka berikan. Kehadiran mereka memberikan kebahagiaan dan keceriaan yang membuat peneliti dapat menikmati setiap proses dalam penyusunan skripsi ini dengan hati yang ringan dan penuh sukacita.
7. Divisi *Marketing* dan PR *JTP Group*, Bu Nunuk Liantin, Kak Audi Firstania, Kak Yokka Rismadora yang mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan kesediaannya sebagai informan maupun bantuan data yang dibutuhkan selama pengerjaan skripsi ini.

8. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Akhirnya, walaupun jauh dari kata sempurna, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu *Public Relation*, khususnya dalam sektor pariwisata. Demikian yang peneliti sampaikan. Peneliti ucapkan terima kasih.

Surabaya, 5 September 2024

Peneliti

## ABSTRAK

Salah satu elemen krusial dalam bauran pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan adalah promosi, yang memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk kepada konsumen. *Public Relations* (PR) adalah komponen penting dari bauran promosi. Di era modern, kegiatan PR telah berkembang untuk mendukung program pemasaran dan tidak hanya berfokus pada publik internal dan eksternal. Hal tersebut diimplementasikan melalui aktivitas *Marketing Public Relation* (MPR). *Jawa Timur Park Group* (JTP Group) merupakan jaringan pariwisata terbesar di Jawa Timur. JTP Group sukses menaikkan kunjungan wisatawan selama kurun tahun 2020-2022. Selain, itu JTP juga banyak meraih penghargaan dalam menerapkan praktik PR. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya dan program promosi yang dilakukan oleh JTP Group dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa JTP Group telah melakukan program dan upaya promosi dengan melakukan publikasi, mengadakan *event* (acara), melakukan pemberitaan, melibatkan komunitas, menampilkan identitas perusahaan, melakukan lobi dan negosiasi, dan melakukan program tanggung jawab sosial.

**Kata Kunci:** Promosi Wisata, *Public Relation*, Jatim Park Group



## ABSTRACT

An important part of the very important marketing mix carried out by companies is promotion, which requires tools to communicate products to consumers. Public Relations (PR) is an important component of the promotional mix. In the modern era, PR activities have evolved to support marketing programs and not only focus on internal and external publics. This is implemented through Marketing Public Relations (MPR) activities. Jawa Timur Park Group (JTP Group) is the largest tourism network in East Java. JTP Group successfully increased tourist visits during the 2020-2022 period. In addition, JTP has also won many awards in implementing PR practices. This study aims to determine the efforts and promotional programs carried out by JTP Group in increasing tourist visits. This research method uses descriptive qualitative research methods. The data was obtained from interviews, observations, and literature studies. The results of this study indicate that JTP Group conducts programs and efforts that are classified using Thomas L. Harris' PR mix theory, namely making publications, holding events, doing news, involving the community, displaying corporate identity, lobbying and negotiating, and conducting social responsibility programs.

**Keywords:** Tourism Promotion, Public Relations, Jatim Park Group

## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Kajian Pustaka .....	10
2.2. Konsep Penelitian.....	15
2.3. Landasan Teori .....	21
2.4. Kerangka Berpikir .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	25
3.2. Lokasi Penelitian .....	25
3.3. Ruang Lingkup Penelitian .....	26
3.4. Jenis Data.....	26
3.5. Sumber Data .....	26
3.6. Instrumen Penelitian .....	27
3.7. Metode Dan Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.8. Teknik Analisis Data .....	29
3.9. Penyajian Hasil Analisis Data .....	31

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.2 Pembahasan .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>80</b>
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Peran PR Tradisional Dan PR <i>Digital</i> .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	24
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi <i>Marketing Central</i> .....	38
Gambar 4. 2 <i>Talk Show</i> Radio Sonora Surabaya Dengan <i>JTP Group</i> Mengenai <i>Dino Night Run</i> .....	42
Gambar 4. 3 Liputan Situasi Libur Lebaran 2024 Di <i>Jatim Park 1</i> Oleh Btv.....	43
Gambar 4. 4 Program Unggulan Gajayana Televisi “Panorama” Di <i>JTP 1</i> .....	43
Gambar 4. 5 Videotron Di Depan Museum Angkut .....	44
Gambar 4. 6 Videotron Di Depan <i>Jatim Park 3</i> .....	45
Gambar 4. 7 <i>Leaflet</i> <i>Jatim Park 3</i> .....	47
Gambar 4. 8 <i>Billboard</i> <i>Jatim Park 1</i> Di Jl. Ir. Soekarno, Kota Batu .....	48
Gambar 4. 9 <i>Banner Theme Park JTP Group</i> Di Kawasan <i>Jatim Park 1</i> .....	50
Gambar 4. 10 Spanduk Promo “Liburan Heboh” .....	50
Gambar 4. 11 Tampilan Rumah Utama Website <i>JTP Group</i> , <i>Jtp.Id</i> .....	52
Gambar 4. 12 Tampilan Informasi Detail Museum Tubuh Pada <i>Website Jtp.Id</i> ...	52
Gambar 4. 13 Tampilan Utama <i>Instagram JTP Group</i> .....	54
Gambar 4. 14 Konten Edukasi Satwa Pada <i>Instagram JTP Group</i> .....	54
Gambar 4. 15 Tampilan FYP Akun <i>Tiktok Jtp Group</i> .....	56
Gambar 4. 16 Konten Wahana <i>Jatim Park 1</i> Di Akun <i>Tiktok</i> .....	56
Gambar 4. 17 <i>Home</i> Pada Akun <i>Twitter JTP Group</i> .....	58
Gambar 4. 18 Interaksi <i>JTP Group</i> Dengan Postingan <i>User Twitter</i> .....	58
Gambar 4. 19 <i>Home</i> Akun <i>Facebook JTP Group</i> .....	60

Gambar 4. 20 Postingan <i>Facebook</i> Kalender <i>Event</i> Agustus 2024 .....	60
Gambar 4. 21 Poster Lomba Menyanyi Anak-Anak Di MMD.....	61
Gambar 4. 22 Poster <i>Event Cosplay</i> Jepang Di <i>The Legend Star Park</i> .....	62
Gambar 4. 23 Poster <i>Event Dino Night Run</i> .....	63
Gambar 4. 24 Publikasi <i>Press Conference</i> Pada <i>Website</i> Resmi JTP.....	65
Gambar 4. 25 Kegiatan CSR Oleh JTP <i>Group</i> Pada Masa Pandemi Covid-19.....	75
Gambar 5. 1 Wawancara Dengan <i>Public Relations Officer</i> JTP <i>Group</i> , Audi Firstania Via <i>Zoom Meeting</i> .....	96
Gambar 5. 2 Wawancara Dengan <i>Marketing Executive</i> JTP <i>Group</i> , Yokka Rhismadora Via <i>Google Meet</i> .....	96
Gambar 5. 3 Wawancara Dengan <i>Assistant Marketing Manager</i> , Nunuk Liantin Via <i>Whatsapp Call</i> .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara.....	90
LAMPIRAN 2 Dokumentasi Wawancara.....	96