

**Implementasi *Marketing Public Reation* dalam
Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata
Keling Kabupaten Kediri**

SKRIPSI



Oleh :

Alex Agung Tri Laksono

NPM.20045010061

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA
SURABAYA**

2025

Lembar Persetujuan Skripsi

**Implementasi *Marketing Public Relation* dalam
Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata
Keling Kabupaten Kediri**

Disusun oleh :
Alex Agung Tri Laksono
NPM.20045010061

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Yudiana Indraastuti, S.Sos., M.Si
NIP.197410132021212005

Sheldy Yudhiasta S.Pd., M.Par
NIP. 198904202022032003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Cahya Sutanto, M.Si
NIP. 196804183021211006

Lembar Pengesahan Penguji

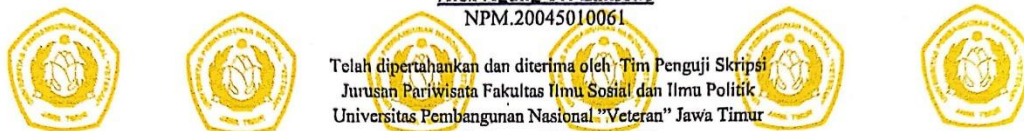


Lembar Pengesahan Penguji

Implementasi *Marketing Public Relation* dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Desa Wisata Keling Kabupaten Kediri

Oleh :

Alex Agung Tri Laksono
NPM.20045010061



Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 8 Januari 2025

Pembimbing Utama

Dr. Yudiana Indraastuti, S.Sos., M.Si
NIP. 197410132021212005
Pembimbing Pendamping



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

Tim Penguji

1. Ketua

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001
2. Sekretaris

Dr. Yudiana Indraastuti, S.Sos., M.Si
NIP.197410132021212005
3. Anggota

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



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa

Dra. Catur Suratnoaji, M.Si



PERNYATAAN BESAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Alex Agung Tri Laksono

NPM : 20045010006

Angkatan : 2020

Program Studi : Pariwisata

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 8 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



Alex Agung Tri Laksono

NPM.20045010061

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis memiliki semangat dan niat yang tinggi untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selesai pada waktu yang telah ditentukan. Tiada henti mengucapkan syukur kepada semua orang yang penulis kasihi dan sayangi yang telah senantiasa memberikan semangat dan motivasi terutama kedua orang tua dan keluarga besar penulis.

Penyusunan laporan ini sebagai bentuk pemenuhan persyaratan kelulusan sesuai kurikulum Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Bersamaan dengan tersusunnya laporan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing Sheidy Yudhiasta S.Pd., M.Par yang penuh perhatian dan kesabaran selama proses pembimbingan dan pengarahan, serta dengan rela meluangkan waktunya untuk penulis demi terselesaikannya skripsi ini dengan judul “Implementasi Pemasaran Pariwisata Desa Wisata Keling dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur;
2. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur;

3. Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si selaku Koordinator Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Sheidy Yudhiasta S.Pd., M.Par selaku pembimbing penulis dalam menyusun skripsi sekaligus dosen Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur .
5. Keluarga besar penulis terutama orantua yang selalu mendoakan, mendukung, memberi semangat dan kekuatan yang tiada hentinya sampai saat ini.
 6. Kelurga besar jemaat GPdi “Agape” Papar-Kayenlor yang senantiasa membimbing jiwa spiritual penulis untuk berproses menjadi pribadi yang lebih baik.
7. Pengelola Desa Wisata Keling yang sudah bersedia menerima peneliti untuk melakukan penelitian sehingga penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi dengan waktu yang telah ditentukan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Penulis sangat bersedia menerima saran, kritik, dan masukan agar membantu penulis untuk dapat memperbaiki dan menyempurnakan dalam penulisan menjadi lebih baik ke depannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para pembaca.

Surabaya, 8 Januari 2025



Alex Agung Tri Laksono

ABSTRAK

Kunjungan wisatawan membuat destinasi pariwisata menjadi hidup dengan menghabiskan uang dan berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas yang ditawarkan (Hanif, dkk. 2016). Suatu destinasi wisata memiliki implementasi *marketing* yang berbeda-beda dalam menarik minat wisatawan (Junaedi, dkk. 2021). Strategi promosi pariwisata yang sudah dilakukan Desa Wisata Keling menggunakan implementasi *marketing public relation* dalam menarik wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan mengkaji seluruh data yang diperoleh melalui hasil wawancara, serta observasi. Kemudian penulis melakukan reduksi dengan cara menulis rangkuman dan memilah data sesuai dengan kategorinya. Data yang sudah dipilah kemudian disajikan dengan analisis deskriptif dan pada akhirnya dilakukan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian menunjukkan implementasi *marketing public relation* Desa Wisata Keling telah melakukan berbagai upaya diantaranya dengan penggunaan media sosial, publikasi di media digital, promosi paket pariwisata, penggunaan spanduk, kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, pelaksanaan *public service activity*, kerjasama dengan *content creator*, dan pelaksanaan event. Berdasarkan hasil penelitian publikasi di media digital adalah yang terbaik untuk menarik minat kunjungan wisatawan. Pemasaran dengan melakukan promosi paket wisata dan pemberian diskon terlalu biasa. Pelaksanaan event menjadi implementasi yang paling mampu untuk menarik kunjungan wisatawan secara langsung. Kendala yang dihadapi seperti sadar pariwisata masyarakat yang rendah membuat pelaksanaan event terganggu. Anggaran dan sumber daya manusia yang terbatas membuat promosi tidak konsisten dan kurang kreatif. Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan seperti fokus kepada pengelola Desa Wisata Keling, dan masyarakat yang pasif terhadap pariwisata.

Kata Kunci : MPR; Desa Wisata; Promosi

ABSTRACT

Tourist visits make tourism destinations come alive by spending money and participating in the activities offered (Hanif, et al. 2016). A tourist destination has different marketing implementations to attract tourist interest (Junaedi, et al. 2021). The tourism promotion strategy that has been carried out by Keling Tourism Village uses the implementation of marketing public relations to attract tourists.

This research uses a qualitative descriptive method. In this research, the data collection method uses structured interviews, participatory observation and documentation. The data analysis technique is carried out by reviewing all data obtained through interviews and observations. Then the author carries out reduction by writing a summary and sorting the data according to its categories. The data that has been sorted is then presented with descriptive analysis and finally conclusions are drawn.

The results of the research show that the implementation of marketing public relations in Keling Rural Tourism has made various efforts including the use of social media, publications on digital media, promotion of tourism packages, use of banners, collaboration with the Kediri Regency Tourism and Culture Office, implementation of public service activities, collaboration with content creator, and event implementation. Based on research results, publications in digital media are the best for attracting tourist visits. Marketing by promoting tour packages and giving discounts is too ordinary. Implementing events is the implementation that is most capable of attracting direct tourist visits. The obstacles faced, such as low awareness of community tourism, disrupted the implementation of the event. Limited budget and human resources make promotions inconsistent and less creative. Further research needs to be carried out, such as focusing on the managers of the Keling Rural Tourism, and the people who are passive towards tourism.

Keywords: MPR; Rural Tourism; Promotion

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Teori <i>Three Ways Strategy</i>	15
2.2.2 <i>Public Relation</i>	16
2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	17
2.3 Landasan Konseptual	19
2.3.1 Implementasi <i>Marketing</i>	19
2.3.2 <i>Marketing</i>	22
2.3.3 Wisatawan.....	23
2.3.4 Desa Wisata	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Batasan Penelitian	27

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.4 Jenis Data	28
3.5 Sumber Data	29
3.5.1 Data Primer	29
3.5.2 Data Sekunder.....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	31
3.6.1 Peneliti	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7.1 Wawancara.....	32
3.7.2 Observasi.....	33
3.7.3 Dokumentasi	34
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.8.1 Reduksi Data.....	34
3.8.2 Penyajian Data	35
3.8.3 Penarikan Kesimpulan	35
3.9 Penyajian Hasil Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil.....	36
4.1.1 Sejarah Desa Keling.....	36
4.1.2 Struktur dan Visi Misi Desa Wisata Keling.....	39
4.1.3 Atraksi Desa Wisata Keling.....	40
4.1.4 Paket Wisata Desa Wisata Keling.....	58
4.1.5 MPR Desa Wisata Keling	60
4.1.6 Kendala MPR Desa Wisata Keling.....	83
4.2 Pembahasan	87
4.2.1 Implementasi MPR Desa Wisata Keling	87
4.2.2 Kendala implementasi MPR Desa Wisata Keling	97
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	26
Gambar 3. 2 Lokasi Desa Wisata Keling	28
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Desa Wisata Keling	38
Gambar 4. 4 Atraksi Goa Jegles.....	41
Gambar 4. 5 Kawasan Religi Ringinagung.....	43
Gambar 4. 6 River Tubing	44
Gambar 4. 7 Kesenian Jaranan.....	46
Gambar 4. 8 Bantengan Kediri.....	47
Gambar 4. 9 Edukasi Tari Tradisional	48
Gambar 4. 10 Arung Kuno	49
Gambar 4. 11 Wisata Kuliner Sepuh	51
Gambar 4. 12 Embung Dewata <i>Camping Ground</i>	52
Gambar 4. 13 Agro Petik Belimbing	53
Gambar 4. 14 Ngonthel	55
Gambar 4. 15 Gastronomi Sambel	56
Gambar 4. 16 Edukasi Kerajinan Tangan	57
Gambar 4. 17 Intagram Desa Wisata Keling.....	62
Gambar 4. 18 Penyebaran Informasi Goa Jegles	63
Gambar 4. 19 Publikasi di Media Digital <i>Website</i> Berita	64
Gambar 4. 20 Sapnduk dan Papan Penunjuk Jalan Desa Wisata Keling	68
Gambar 4. 21 Promosi Paket Wisata Desa Wisata Keling.....	76

Gambar 4. 22 Bus Wisata Gratis Kabupaten Kediri	75
Gambar 4. 23 Kunjungan Bupati Kediri	76
Gambar 4. 24 Kegiatan Kepramukaan di Goa Jegles	78
Gambar 4. 25 <i>Channel</i> Youtube Desa Wisata Keling.....	79
Gambar 4. 26 Event Tahunan Manjer Gapangan	81
Gambar 4. 27 Event Jaranan di Goa Jegles	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Presentase Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Nusantara.....	4
Tabel 3. 2 Data Jumlah Informan Penelitian	30
Tabel 4. 3 Paket Wisata Keling 1	58
Tabel 4. 4 Paket Wisata Keling 2.....	59
Tabel 4. 5 Kunjungan Wisatawan ke Goa Jegles	97
Tabel 4. 6 Anggaran Pariwisata Desa Wisata Keling	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Informan 1	109
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan 2	111
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan 3	113
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian	115