

**KONSEP STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DALAM
UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATA EDUKATIF
KAMPUNG *LALI GADGET* SIDOARJO**

SKRIPSI



Oleh:

FEBIA IDILLIO MASYUFI

NIM : 20201221107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2024

**KONSEP STRATEGI *INTEGRATED MARKETING*
COMMUNICATION DALAM UPAYA MENINGKATKAN
MINAT KUNJUNGAN WISATA EDUKATIF KAMPUNG LALI
GADGET SIDOARJO**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



**Oleh:
FEBIA IDILLIO MASYUFI
NIM : 20201221107**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA
2024**

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febia Idillio Masyufi

NIM : 20201221107

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 22 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem, the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' vertically, '1000' in large numbers, 'METERAI TEMPEL', and the serial number '971AKX844517823'.

Febia Idillio Masyufi

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**KONSEP STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATA
EDUKATIF KAMPUNG *LALI GADGET* SIDOARJO**

Diajukan Oleh :

FEBIA IDILLIO MASYUFI

NIM: 20201221107

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh;

Dosen Pembimbing,

Tanda tangan Tanggal

1. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM

23 Juni 2024

2. Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., MM

23 Juni 2024

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Program Studi

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., MM

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

**KONSEP STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN WISATA
EDUKATIF KAMPUNG *LALI GADGET* SIDOARJO**

Nama : Febia Idillio Masyufi
NIM : 20201221107

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Kamis / 27 Juni 2024
Pukul : 13.00 WIB sampai dengan 14.30 WIB

Tim Dosen Penguji terdiri dari

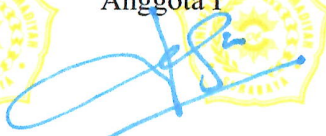
Ketua Penguji



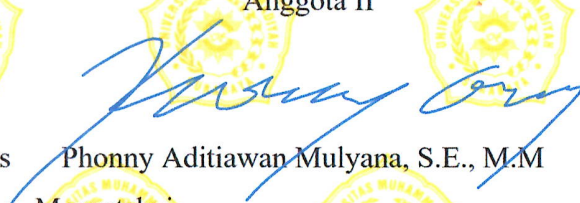
Dr. Muhammad Anang Firmansyah, SE., MM

Anggota I

Anggota II



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes



Phonny Aditiawan Mulyana, S.E., M.M

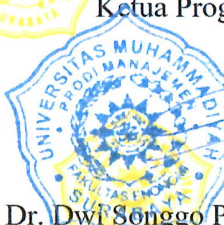
Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Mochamad Mochklas, S.Si, M.M



Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Konsep Strategi *Integrated Marketing Communication* Dalam Upaya Meningkatkan Minat Kunjungan Wisata Edukatif Kampung *Lali Gadget* Sidoarjo”. Penelitian skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari dalam penelitian skripsi ini tidak akan selesai jika tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu mohon ijin untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada;

1. Dr. dr. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya
2. Dr. Mochammad Mockhlas, S.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dr. M. Anang Firmansyah, M.M selaku Dosen Pembimbing I atas bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulis.
5. Phonny Aditiawan Mulyana, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan, saran serta kritik yang bermanfaat bagi penulis.

6. Kampung *Lali Gadget* yang telah memberikan izin menjadi tempat penelitian skripsi ini dan seluruh pengurus yang terlibat.
7. Kedua Orang tua saya yang telah memberi *support* dan do'a nya dalam kemudahan menyelesaikan skripsi ini.
8. Wahyu Fatmaningsih, S. Ikom yang telah memberi *support* dan do'a nya dalam kemudahan menyelesaikan skripsi ini.
9. Maulidya Auliya yang telah memberi *support* dan do'a nya dalam kemudahan menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2020, yang memberi semangat hingga dapat diselesaikannya penulisan Skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, sehingga diharapkan saran dan kritik pembaca demi kesempurnaan dan perbaikan selanjutnya.

Surabaya, 23 Juni 2024

Febia Idillio Masyufi

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	13
1. Pemasaran.....	13
2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	14
3. <i>Integrated Marketing Communication</i>	18
4. Pariwisata	37
B. Penelitian Terdahulu.....	42
C. Kerangka Berfikir	46
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian.....	47
B. Definisi Operasional Variabel	50
C. Kehadiran Peneliti	52
D. Subjek dan Waktu Penelitian.....	52

E. Pengumpulan dan Analisis Data.....	56
F. Keabsahan Data	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	62
1. Profil Kampung <i>Lali Gadget</i>	62
2. Sejarah Kampung <i>Lali Gadget</i>	63
3. Program dan Produk Kampung <i>Lali Gadget</i>	68
4. Capaian Kampung <i>Lali Gadget</i>	70
B. Deskripsi Hasil Penelitian	72
1. Konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> yang sudah dijalankan Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	72
2. Penerapan konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> di Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo.....	84
3. Upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisata di Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	87
4. Perbaikan konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> yang perlu disarankan dalam upaya meningkatkan minat kunjungan wisata edukatif Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	101
C. Pembahasan	108
1. Konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> yang sudah dijalankan Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	108
2. Penerapan konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> di Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo.....	114
3. Upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisata di Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	116
4. Perbaikan konsep strategi <i>Integrated Marketing Communication</i> yang perlu disarankan dalam upaya meningkatkan minat kunjungan wisata edukatif Kampung <i>Lali Gadget</i> Sidoarjo	119
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	130
DAFTAR LAMPIRAN.....	133

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
2.1 Tabel Elemen Bauran Promosi.....	22
3.1 Data Informan	53
3.2 <i>Timeline</i> Penelitian.....	56
4.1 Capaian Kampung <i>Lali Gadget</i>	71
4.2 Tabel perencanaan konsep IMC.....	104

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
1.1 Perkembangan Pariwisata Tahun 2023	2
1.2 Jumlah Wisatawan Domestik di Kab. Sidoarjo Thn. 2022	3
1.3 Laporan kunjungan tahun 2023 Kampung <i>Lali Gadget</i>	6
1.4 Website Kampung <i>Lali Gadget</i>	9
2.1 Lingkup Pembahasan IMC.....	21
2.2 Umpan Balik	24
2.3 Kerangka Berpikir	46
4.1 Lokasi Kampung <i>Lali Gadget</i>	64
4.2 Surat Kemenkumham Kampung <i>Lali Gadget</i>	66
4.3 Struktur Organisasi Kampung <i>Lali Gadget</i>	67
4.4 Penghargaan dari Astra di tahun 2021	70
4.5 <i>Value</i> Kampung <i>Lali Gadget</i>	76
4.6 Akun Instagram Kampung <i>Lali Gadget</i>	78
4.7 Strategi komunikasi pemasaran Kampung <i>Lali Gadget</i>	80
4.8 <i>Company Profile</i>	120
4.9 Beriklan di Instagram dan <i>report</i>	121
4.10 Design poster iklan.....	122
4.11 <i>Design feed</i> tiket masuk gratis dan <i>upload</i>	123
4.12 Strategi CTA	123
4.13 Jadwal paket bermain selama satu bulan	124
4.14 Program <i>daily report</i> Excel	125

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Hal
1 SK Dosen Pembimbing	133
2 Surat Izin Penelitian	134
3 Surat Balasan Izin Penelitian	135
4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	136
5 Surat Keterangan Bukti Bebas Plagiasi.....	137
6 <i>Endorsement Letter</i>	138
7 Lembar Perbaikan Skripsi	139
8 Pedoman Penelitian	140
9 Hasil Penelitian	148
10 Dokumentasi Penelitian	170

DAFTAR PUSTAKA

- Ami, S. (2004). *Strategi Komunikasi Organisasi: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Rineka Cipta.
- Anggito, A., & Setiawan, A. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill / Irwin.
- Berlianti et al. (2021). Sosialisasi Resiko Paparan Radiasi Gelombang Elektromagnetik yang dihasilkan oleh Smartphone terhadap Pertumbuhan Otak Anak. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*.
- BPS. (2023a). *Pariwisata Rilis Februari 2024*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/02/01/2347/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-desember-2023-mencapai-1-14-juta-kunjungan--naik-20-17-persen--year-on-year--.html>
- BPS, K. S. (2023b). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2023 BPS Kabupaten Sidoarjo*. (B. K. Sidoarjo (ed.)). BPS Kabupaten Sidoarjo.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pemasaran: Integrasi dan Strategi*. Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising and IMC*. Mc. Graw-Hill International Edition.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Hakim, A. H. R., & Pramukantoro, J. A. (2013). Pengaruh perpaduan metode pembelajaran snowball throwing dengan talking stick terhadap hasil belajar siswa padastandar kompetensi menerapkan dasar-dasar elektronika. *Jurnal Penelitian Pendidikan Teknik Elektro*.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2001). *Manajemen Strategis*. Andi Offset.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen Edisi Pertama*. BPFE Yogyakarta.
- Ismiyanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Izzah, F. N. (2023). *Kampung Lali Gadget: Kembalikan Dunia Anak-anak Lewat Dolanan Tradisional*. 2023.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2023/11/06/kampung-lali-gadget-kembalikan-dunia-anak-anak-lewat-dolanan-tradisional>.

Joko, R. W., & Donni, J. P. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*. Alfabeta.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. (Global Edi). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, P. R., Bowen, J. T., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.

Latif. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Situbondo Kantor Kas Besuki*.

Lee, D. (2012). *he Compassionate Mind Approach To Recovering from Trauma Using Compassion Focused Therapy*. Robinson Publishing.

Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

Morrisan., M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

Novitasari, N. (2019). Strategi Pendampingan Orang Tua terhadap Intensitas Penggunaan Gadget pada Anak. *Al-Hikmah: Indonesian Journal of Early Childhood Islamic Education*.

Pearce, P. L. (1982). *The social psychology of tourism*. Pergamon Press.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer behavior: Marketing strategy implications*. McGraw-Hill.

Pradikta, A. (2013). Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati. *Jurnal Universitas Negeri Semarang*.

Priscilia. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata (Studi Kasus di Desa Wisata Gunungsari Kabupaten Madiun)*.

Salganik, M. J., & Douglas, D. H. (2007). *Sampling and Estimation Sampling*. Journal Sociological Methodology.

Sammeng, A. M. (2000). *Cakrawala Pariwisata*. Balai Pustaka.

Schultz, D. E. (1996). *Integrated Marketing Communications: One World, One Message*. NTC Business Books.

Shimp, T. A. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication*. Nelson Education, Ltd.

- Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). In M. Dr. Irene Silviani (Ed.), *Scopindo Media Pustaka*. Scopindo Media Pustaka.
- Soefijanto, T. A., & Idris, I. K. (2012). *Integrated Marketing Communications*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solikah, & Trisnowati, T. (2022). Hubungan Durasi Penggunaan Gadget Dengan Ketajaman Mata Pada Anak Usia 10-12 Tahun Dimasa Pandemi Covid -19. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*.
- Stanton, W. J. (2005). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, A. (2000). *Manajemen pemasaran (edisi ke-8)*. PT Prenhallindo.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (PT. Remaja).
- Suwantoro, G. (2004). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata*. Gava Media.
- Taufik, M. (2023). *Cerita Berdirinya Kampung Lali Gadget Kabupaten Sidoarjo, Berawal Kegelisahan Sekumpulan Anak Muda*.
<https://surabaya.tribunnews.com/2023/05/09/>
- Taufiyah. (2023). *Analisis Strategi Integrated Marketing Communication untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Baitul Maal Wat Tamwil Amalia Rahma Talang Padang)*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Pariwisata*. Andi Yogyakarta.
- Uyung, S. (2003). *Integrated Marketing Communications (Teks dan Kasus)* (P. Belajar (ed.)).
- Yoeti, O. (2007). *Strategi Pemasaran Pariwisata*. Pustaka Pelajar.