

**STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS
BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER KEPARIWISATAAN TANJUNG
LESUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Ujian Sidang Studi S1
Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata



**Oleh
Adinda Tresna Dewi
NIM 1808121**

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

LEMBAR HAK CIPTA

STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG

Oleh
Adinda Tresna Dewi
1808121

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Adinda Tresna Dewi, 2022
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

Adinda Tresna Dewi, 2022

**STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI PADA MASA
KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER KEPARIWISATAAN TANJUNG
LESUNG

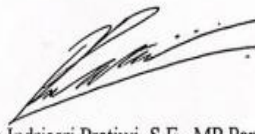
Skripsi ini akan disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing 1



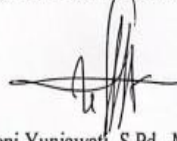
Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd
NIP. 19721024 200112 1 001

Pembimbing 2



Ilma Indriasri Pratiwi, S.E., MP.Par
NIP. HD 0028068604

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata



Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2 001

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis



Adinda Tresna Dewi
1808121

Adinda Tresna Dewi, 2022

STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa proposal skripsi dengan judul "Strategi Sosial Marketing Dalam Edukasi Komunikasi Krisis Bencana Alam Bagi Stakeholder Kepariwisataa Tanjung Lesung" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 30 Juli 2022
Yang n

Adinda Tresna Dewi

Adinda Tresna Dewi, 2022

STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

Adinda Tresna Dewi, 1808121.” Strategi Social Marketing Dalam Edukasi Komunikasi Pada Masa Krisis Bencana Alam Bagi Stakeholder Kepariwisataan Tanjung Lesung” di bawah bimbingan Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd dan Ilma Indriasri Pratiwi,SE.,MP.Par.

Dengan adanya peristiwa bencana alam sehingga dibutuhkan kerja keras Komunikasi krisis Pariwisata saat bencana tsunami Selat Sunda selaku usaha yang ditempuh dalam mengembalikan kepercayaan pihak luar. Untuk itu dibutuhkan bermacam upaya pencegahan sebelum bencana mitigasi dan pemulihan kondisi awal pasca bencana alam antara para pemangku kepentingan serta dibutuhkan sistem komunikasi krisis dan koordinasi yang jelas, terencana mengenai proses pemulihan pasca bencana. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode eksploratif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara mendalam (In-depth interview) dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi krisis bencana yang dilakukan pemerintah untuk meminimalisir dampak terjadinya bencana, Komunikasi krisis ini dilakukan dengan adanya tim komunikasi krisis khusus yang berpusat BPBD Kabupaten Pandeglang pada saat kejadian komunikasi bencana yang dilakukan bagaimana mengatur media massa sebagai elemen penanggulangan bencana yang berperan penting dan koordinasi antar kelompok agar berjalan optimal. Komunikasi krisis pada tiap tahapan kebencanaan sudah dilakukan dengan optimal seperti melakukan sosialisasi kesiapsiagaan dan mitigasi bencana. Tanjung lesung juga sudah memiliki alat yang bisa membaca tekanan ombak. Gelombang, Getaran gempa. Pelatihan dilakukan kepada masyarakat daerah yang rawan bencana alam, dan wisatawan dilakukan secara rutin dan bertahap. Kampanye social marketing yang dilakukan adalah untuk mengajak wisatawan agar datang kembali ke Banten serta memberitahukan bahwa daerah Banten dan sekitarnya sudah aman untuk dikunjungi kembali dengan membuat tagline *#Selatsundaaman*.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Sosial Marketing, Tanjung Lesung, Bencana Alam

Adinda Tresna Dewi, 2022

**STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Adinda Tresna Dewi, 1808121. *"Social Marketing Strategy in Communication Education During the Crisis of Natural Disasters for Tanjung Lesung Tourism Stakeholders"* under the guidance Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd and Ilma Indriasri Pratiwi,SE.,MP.Par.

With the occurrence of natural disasters, hard work is needed. Communication of the tourism crisis during the Sunda Strait tsunami disaster is an effort taken to restore the trust of outsiders. For this reason, various prevention efforts are needed before a disaster, mitigation and recovery of initial conditions after a natural disaster between stakeholders, and a clear, well-planned crisis communication and coordination system is needed regarding the post-disaster recovery process. This research method uses a qualitative approach with a qualitative exploratory method. In-depth data collection techniques used in this research are in-depth interviews and documentation. The data analysis used is data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results showed that the disaster crisis communication was carried out by the government to minimize the impact of the disaster. This crisis communication was carried out with a special crisis communication team centered on the BPBD of Pandeglang Regency at the time of the disaster communication incident. coordination between groups to run optimally. Crisis communication at each stage of a disaster has been carried out optimally, such as socializing disaster preparedness and mitigation. Tanjung Lesung also has a device that can read wave pressure. Waves, Earthquake vibrations. Training is carried out for local communities prone to natural disasters, and tourists are carried out routinely and gradually.

Keywords: *Crisis Communication, Social Marketing, Tanjung Lesung, Natural Disaster*

Adinda Tresna Dewi, 2022

STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim. Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas ridhanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi Social Marketing Dalam Edukasi Komunikasi Krisis Bencana Alam Bagi Stakeholder Kepariwisataan Tanjung Lesung”. Sholawat serta salam semoga selalu dilimpahkan oleh Allah SWT kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat, karena dengan syafaatnya kita dapat hijrah dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang seperti sekarang ini

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mencapai gelar sarjana di Manajemen Pemasaran Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Ilmu Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dalam penelitian ini, dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena keterbatasan yang penulis dapatkan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas kekurangan. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan manajemen pemasaran upaya sosial marketing melalui edukasi komunikasi krisis bencana alam.

Bandung, 8 Agustus 2022

Penulis,
Adinda Tresna Dewi

Adinda Tresna Dewi, 2022

*STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG* Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu
perpustakaan.upi.edu

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan berkah, ridho, rahmat dan karunia-Nya yang tanpa batas sehingga berkesempatan dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, motivasi, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan berkah, ridho, rahmat dan karunia-Nya yang tanpa batas sehingga penulis diberi kesehatan dan berkesempatan dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia
3. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum., , selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia
4. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia
5. Bapak Oce Ridwanudin, MM, selaku Dosen Wali. Terimakasih banyak bapak atas dukungan, arahan dan bantuan yang Bapak berikan selama masa perkuliahan.
6. Bapak Bagja Waluya, S.Pd.,M.Pd, selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah banyak membantu dan memberi arahan selama proses pembuatan skripsi ini sehingga bisa selesai dengan baik dan selalu mengingatkan saya dalam mengerjakan skripsi ini agar saya lekas menyelesaikannya.
7. Ibu Ilma Indriasri Pratiwi, SE.,MP.Par selaku dosen pembimbing 2 ,yang senantiasa memberikan waktu, saran, motivasi, dan nasehat, terimakasih bu senantiasa memberi saya solusi ketika saya menemui sebuah kebuntuan.
8. Ibu Rini Andari, SE.Par., M.M, Bapak Taufik Abdullah, SE., M.M.Par, Bapak Oce Ridwanudin,MM, Gitasiswhara, SE.Par., M.M, M.Pd, Ibu HP. Diah Setiyorini, M.M, Dewi Pancawati N, S.Pd., M.M, dan seluruh dosen dan staf administrasi di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata atas segala ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama ini kepada penulis.

Adinda Tresna Dewi, 2022

**STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Kedua orang tua saya, Bapak Toto Saeful Mustopa, S.Pd M.M tercinta, dan Ibu Ade Syamsiah, S.Pd tercinta. Yang selalu memberikan semangat, dan dukungan baik secara materi baik maupun non materi selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai dengan baik. Terimakasih atas semua doa dan kasih sayang yang telah diberikan.
2. Kakak perempuan tercinta Santhy Nurmala Puspita Dewi S.Farm, Adik laki-laki tercinta Dafa Rizky Saputra, Kakak ipar tercinta Irwan Felani, dan ponakan tercinta Kaluna Elmeira Felani yang selalu mendukung, membantu, menyemangati, dan mendoakan selalu sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Widiasmanto, selaku Managing Director Tanjung Lesung yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberi banyak informasi untuk penelitian ini.
4. Bapak Imron Mulaya, selaku Kepala Seksi Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda serta Bapak Maman selaku Kabid Pengembangan Sumber Daya pada Dinas Pariwisata yang sudah bersedia menjadi narasumber dan banyak membantu memberikan materi terkait penelitian.
5. Bapak Deni Musadad BE.,SST.,M.Han, selaku Kasi Strategi dan Pengendalian Operasi BPBD Kabupaten Pandeglang yang sudah banyak membantu sebagai narasumber dalam penelitian ini dengan memberikan informasi yang dibutuhkan.
6. Bapak Ahmad Jawardi, selaku Pengembangan SDM Balawista yang sudah memberikan informasi untuk penelitian ini.
7. Sahabat tersayang Mila Emilia dan Anggita Nur Oktoriani yang selalu ada di saat susah maupun senang, selalu siap mendengarkan dengan baik keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi ini.
8. Sahabat tersayang Anisah Mora, Vira Yunita, Nabila Zalfa, dan Tiara Tanzu yang sudah menemani perkuliahan dari mulai mahasiswa baru hingga mengerjakan skripsi ini bersama sama. Terimakasih telah membuat masa perkuliahan ini berwarna.
9. Teman teman tersayang yang sudah menemani dan mendukung detik-detik akhir menyusun skripsi ini dengan penuh kegembiraan Gunawan, Alisya, Hanun, dan Shoniq. Teman-teman angkatan MPP 2018 yang telah menemani, mendukung, berjuang bersama dan memotivasi dalam menyelesaikan studi ini.

10. Bandung, 8 Agustus 2022

Penulis

Adinda Tresna Dewi, 2022

**STRATEGI SOCIAL MARKETING DALAM EDUKASI KOMUNIKASI KRISIS BENCANA ALAM BAGI STAKEHOLDER
KEPARIWISATAAN TANJUNG LESUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	2
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN TENTANG KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
KATA PENGANTAR.....	7
UCAPAN TERIMAKASIH	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Kegunaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Bencana Alam di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Jenis Jenis Bencana Alam.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Psikolog Dalam Pariwisata	Error! Bookmark not defined.
2.3 Tanjung Lesung	Error! Bookmark not defined.
2.4 Strategi sosial marketing.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Edukasi komunikasi krisis	Error! Bookmark not defined.
2.5.1 Konsep Tahapan Komunikasi Krisis ..	Error! Bookmark not defined.
2.5.2 Krisis Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.5.3 Jenis dan Faktor Krisis.....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.

3.1 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Partisipan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Etis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Fasilitas di Destinasi Wisata Tanjung Lesung.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Profil Narasumber.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Deskripsi Temuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Komunikasi Pada Masa Krisis	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Komunikasi krisis pada tiap tahapan kebencanaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Pendekatan sosial marketing untuk mendukung komunikasi pada masa krisis pada stakeholder kepariwisataan di Tanjung Lesung.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Komunikasi Pada Masa Krisis Bencana Alam.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Sosial Marketing Untuk Mendukung Komunikasi Krisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 5 KESIMPULAN, SARAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
5.3 Implikasi dan Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Cincin Api Sirkum-Pasifik.....	23
2.2	Jaringan Hubungan yang Membentuk Citra Mental Destinasi Pariwisata	28
2.3	Siklus Penanggulangan Bencana.....	54
2.5	Kerangka Pemikiran.....	61
3.1	Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif	68
4.1	Indeks Risiko Bencana Provinsi.....	83
4.2	Indeks Risiko Bencana Kabupaten.....	84
4.3	Siklus Bencana	89
4.4	Kerusakan Infrastruktur Tanjung Lesung akibat Tsunami.....	97
4.5	Kegiatan Trauma <i>Healing</i>	99
4.6	Grafik Kunjungan Wisatawan.....	103

