

ABSTRAK

Indri Sukmawati 20.05.311.00042 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya Universitas Trunojoyo Madura “Pengelolaan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Taman Pendidikan Mangrove Labuhan Bangkalan (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi pemasaran TPM)” di bawah bimbingan Dr. Bani Eka Dartaningsih, S.Sos., M.Si.,

Objek pariwisata merupakan akses pemutaran ekonomi desa dalam proses perealisasi dalam mengelola sumber daya yang ada. Taman Pendidikan Mangrove Labuhan yakni wisata alam yang berbasis edukasi mangrove satu-satunya yang ada di Madura tepatnya di Desa Labuhan Bangkalan, memiliki panorama yang memikat dari segi keunikan serta sumber daya yang di miliki oleh wisata ini. Di pelopori oleh PT Pertamina PHE WMO sebagai pembinaan dalam mengedukasi mengenai pembibitan serta penanaman yang ada di wisata TPM tersebut, namun di tahun 2018 di anggap mandiri dan lepas tangan atas tanggung jawab dari wisata TPM. Lewat adanya faktor tersebut terjadinya penurunan pengunjung serta adanya sistem pengelolaan komunikasi pariwisata yang rancu menjadi terhambatnya wisata ini dari eksistensi yang sebelumnya membaik semakin memburuk. Menggunakan Pendekatan deskriptif kualitatif, melalui hasil wawancara dan analisis data dari miles dan huberman , temuan penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana TPM mengelola komunikasi pemasaran untuk meningkatkan eksistensi wisata TPM.

Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh bahwa adanya beberapa permasalahan dalam sistem pengelolaan komunikasi pemasaran yang tidak seimbang dengan keadaan yang sekarang menjadi faktor utama terhambatnya kemajuan wisata ini, yakni komunikasi pemasaran yang di gunakan hanya berupaya dari mulut ke mulut tanpa adanya pengendalian platform digital untuk mengikuti arus perkembangan zaman yang ada. Dalam hal ini timbul hambatan yang mempengaruhi sepi kunjungan di wisata TPM ini meliputi: 1.Permasalahan lahan yang bersifat individu, 2.Pembagian keuntungan yang bersifat tidak transparan, 3.Citra yang buruk akibat rumor yang beredar, 4.Stretegi komunikasi pemasaran yang kurang tepat, 5. Elemen komunikasi pemsaran yang tidak diterapkan, 6. Komunikasi pemasaran digital yang kurang maksimal.

Kata Kunci: Pariwisata, Komunikasi Pemasaran, Taman Pendidikan Mangrove Labuhan.

ABSTRACT

Indri Sukmawati 20.05.311.00042 Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura "Management of Tourism Marketing Communications in the Labuhan Bangkalan Mangrove Education Park (Qualitative Descriptive Study of TPM marketing communications)" under the guidance of Dr. Bani Eka Dartaningsih, S. Sos., M. Si.,

The object of tourism is access to the village economy in the realization process of managing existing resources. Labuhan Mangrove Education Park is the only natural tourism based on mangrove education in Madura, specifically in Labuhan Bangkalan Village, which has an attractive panorama in terms of the uniqueness and resources that this tourist attraction has. Pioneered by PT Pertamina PHE WMO as guidance in educating about nurseries and planting in TPM tourism, however in 2018 it was considered independent and hands off the responsibility of TPM tourism. Due to these factors, the decline in visitors and the existence of an ambiguous tourism communication management system have hampered this tourism from its previously improving existence to getting worse. Using a qualitative descriptive approach, through interviews and data analysis from Miles and Huberman, the findings of this research produce a deeper understanding of how TPM manages marketing communications to increase the existence of TPM tourism.

Based on the results of the research, it was found that there were several problems in the marketing communications management system that were not balanced with the current situation which was the main factor in hampering the progress of this tourism, namely that the marketing communications that were used were only done by word of mouth without any digital platform control to keep up with the flow. current developments. In this case, obstacles arise that influence the lack of visits to TPM tourism, including: 1. Individual land problems, 2. Profit sharing that is not transparent, 3. Bad image due to rumors circulating, 4. Inappropriate marketing communication strategies, 5. Marketing communication elements that are not implemented, 6. Digital marketing communications that are less than optimal.

Keywords: Tourism, Marketing Communications, Labuhan Mangrove Education Park.