

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGELOLA  
OBYEK WISATA ULUWATU DI DESA ADAT PECATU**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana  
Terapan Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional  
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh

**NI KETUT AYU SARI ASTITI**

**NIM. 2015744169**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2024**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGELOLA**  
**OBYEK WISATA ULUWATU DI DESA ADAT PECATU**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana  
Terapan Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional  
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh

**NI KETUT AYU SARI ASTITI**  
**NIM. 2015744169**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL JURUSAN**  
**ADMINISTRASI BISNIS**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2024**



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

Laman: [www.bisnis.pnb.ac.id](http://www.bisnis.pnb.ac.id) Email: [bisnis@pnb.ac.id](mailto:bisnis@pnb.ac.id). Telp. (0361) 701981 (hunting), 701128

**SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing Skripsi Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : Ni Ketut Ayu Sari Astiti  
Nomor Induk : 2015744169  
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu

Telah diperiksa ulang dan dinyatakan selesai serta dapat diajukan dalam ujian komprehensif Diploma Empat Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Pembimbing I,

Dra. Sagung Mas Suryaniadi, M.Si  
NIP. 196409191989032002

Badung, 14 Agustus 2024

Pembimbing II,

I Komang Mahayana Putra, SE., M.M  
NIP. 196310171990031003

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam  
Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di Desa  
Adat Pecatu

2. Penulis

a. Nama : Ni Ketut Ayu Sari Astiti

b. NIM : 2015744169

3. Jurusan : Administrasi Bisnis


4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional


Badung, 14 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dra. Sagung Mas Suryaniadi M.Si  
NIP. 196409191989032002

  
I Komang Mahayana Putra, SE., M.M  
NIP. 196310171990031003

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENGELOLA OBYEK  
WISATA ULUWATU DI DESA ADAT PECATU**

Oleh:  
Ni Ketut Ayu Sari Astiti  
NIM: 2015744169

Disahkan:  
Ketua Penguji

  
I Komang Mahayana Putra, SE., M.M  
NIP. 196310171990031003

Penguji I



Ni Putu Maha Lina, BBA., M.M  
NIP. 28109404

Penguji II



Dr. phil. Kadek Dwi Cahaya Putra, S. Pd. M. Sc  
NIP. 197703052001121001

Mengetahui, **JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS** Badung, 14 Agustus 2024

Jurusan Administrasi Bisnis

Prodi Manajemen Bisnis Internasional

Ketua

  
Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D  
NIP. 196409291990032003

Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M  
NIP. 197612032008122001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTO**

“ Daur hidup akan selalu berputar, tugasku hanya bertahan.”

(Donne Maula)

*Life is beautiful and our parents are the greatest gift in a life.*

### **PERSEMBAHAN**

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang sangat saya cintai.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
**PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**  
Laman: [www.bisnis.pnb.ac.id](http://www.bisnis.pnb.ac.id) Email: [bisnis@pnb.ac.id](mailto:bisnis@pnb.ac.id). Telp. (0361) 701981 (hunting), 701128

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI \*)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Ketut Ayu Sari Astiti  
NIM : 2015744169  
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“ Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 14 Agustus 2024

Yang menyatakan

Ni Ketut

NIM. 2015744169



## ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan keindahan dan panorama alam yang indah, sehingga cocok untuk dijadikan daerah wisata. Khususnya di Kabupaten Bali yang dikenal sebagai primadona pariwisata Indonesia, karena memiliki berbagai jenis destinasi wisata yang ditargetkan tidak hanya untuk wisatawan lokal tetapi juga wisatawan asing. Salah satu obyek wisata yang populer di Kabupaten Bali berupa Uluwatu. Uluwatu merupakan obyek wisata berupa pura yang terletak di atas tebing yang curam dan tempat bagi wisatawan yang ingin menyaksikan sunset dengan siluet pura dan laut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran dalam mengelola obyek wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu. Metode penelitian yang digunakan berupa metode kualitatif, dengan pengumpulan data melalui kegiatan wawancara, observasi, serta dokumentasi. Teknik analisis data yang ditempuh dalam penelitian ini berupa analisis kualitatif dengan menyelenggarakan analisis SWOT. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Uluwatu memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan di Bali. Keunggulan dalam kombinasi unik alam dan budaya, manajemen terstruktur, serta peluang pengembangan infrastruktur dan pemasaran digital memberikan landasan yang kuat bagi Uluwatu untuk mengoptimalkan pengalaman wisatawan. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, ketergantungan pada faktor cuaca, dan persaingan ketat dari destinasi lain di Bali perlu ditangani dengan strategi yang terencana dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Obyek Wisata Uluwatu, Pura, Desa Adat Pecatu

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## ABSTRACT

*Indonesia is a country that is famous for its beauty and beautiful natural panorama, making it suitable as a tourist area. Especially in Bali Regency which is known as the prima donna of Indonesian tourism, because it has various types of tourist destinations which are targeted not only at local tourists but also foreign tourists. One of the popular tourist attractions in Bali Regency is Uluwatu. Uluwatu is a tourist attraction in the form of a temple located on a steep cliff and a place for tourists who want to watch the sunset with the silhouette of the temple and the sea. This research aims to analyze marketing communication strategies in managing the Uluwatu tourist attraction in the Pecatu Traditional Village. The research method used is a qualitative method, through SWOT analysis. The data analysis techniques used in this research are qualitative analysis and descriptive analysis. The research results reveal that Uluwatu has great potential to continue to develop into a leading tourist destination in Bali. The advantages of a unique combination of nature and culture, structured management, as well as infrastructure development and digital marketing opportunities provide a strong foundation for Uluwatu to optimize the tourist experience. However, challenges such as limited infrastructure, dependence on weather factors, and intense competition from other destinations in Bali need to be addressed with a planned and sustainable strategy.*

**Keywords:** Marketing Communication, Uluwatu Tourist Attraction, Temple, Pecatu Traditional Village

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Proposal Skripsi ini dengan judul “**Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu**”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional Kampus Politeknik Negeri Bali.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung kami dalam proses penyusunan proposal ini. Terutama kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan **pengarahan** dan menyebarkan informasi-informasi penting demi kelancaran proses penelitian.
4. Ibu Dra. Sagung Mas Suryaniadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang berharga dalam proses penelitian ini.
5. Bapak I Komang Mahayana Putra, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang berharga dalam proses penelitian ini.
6. Bapak Drs. I Wayan Wijana, SH selaku Manager Pengelola Obyek Wisata Uluwatu yang telah membantu dalam proses penelitian ini dibuat.
7. Ibu Ni Kadek Windiawati selaku Marketing Communication/FO yang telah

membantu dalam proses penelitian ini dibuat.

8. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan Dukungan, Motivasi dan semangat sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar dan terselesaikan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan yang ada dalam penyusunan proposal ini.

Badung, 20 Agustus 2024

Penulis



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

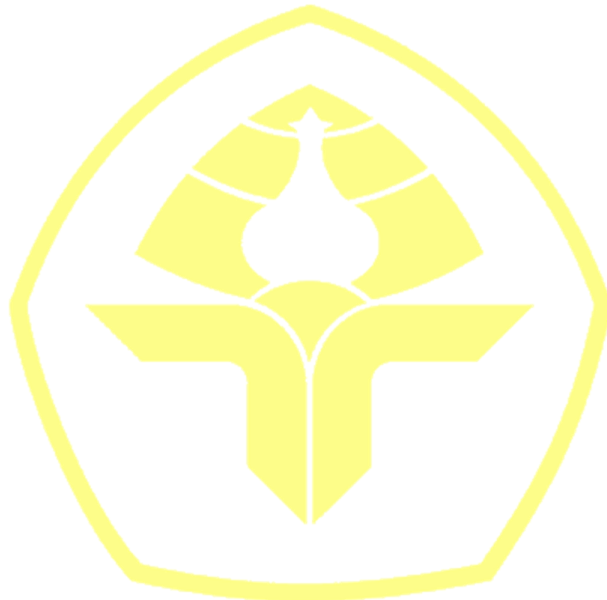
## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI .....	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	3
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	4
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR GAMBAR.....	15
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Komunikasi .....	9
2.1.2 Strategi Komunikasi.....	14



2.1.3	Strategi Digital Marketing .....	16
2.1.4	Bauran Pemasaran .....	17
2.2	Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik) .....	19
2.3	Kerangka Konseptual .....	24
BAB III .....		25
METODOLOGI PENELITIAN.....		25
3.1	Tempat Penelitian.....	25
3.2	Obyek Penelitian .....	25
3.3	Sumber Data.....	25
3.3.1	Data Primer .....	25
3.3.2	Data Sekunder .....	26
3.4	Jenis Data .....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5.1	Observasi.....	27
3.5.2	Wawancara.....	27
3.5.3	Dokumentasi .....	28
3.6	Teknik Analisis Data.....	28
3.6.1	Reduksi Data (Data Reduction).....	28
3.6.2	Penyajian Data (Data Display).....	29
3.6.3	Kesimpulan dan Verfikasi.....	29
3.6.4	Analisis SWOT .....	29
BAB IV .....		33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	33
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	33
4.1.2	Bidang Usaha .....	36
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan .....	40
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan .....	46
4.2.1	Matriks SWOT Obyek Wisata Uluwatu.....	54
4.2.2	Matriks IFAS .....	60

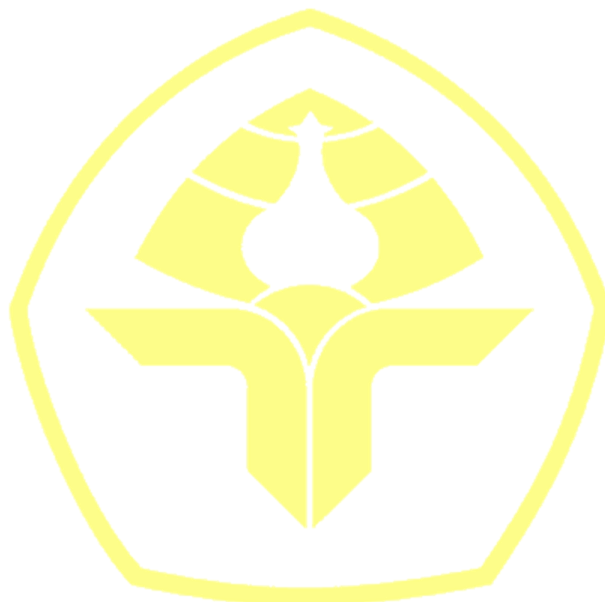
4.2.3	Matriks EFAS .....	61
4.2.4	Kuadran SWOT Obyek Wisata Uluwatu .....	62
4.3	Implikasi Hasil Penelitian .....	65
BAB V .....		67
PENUTUP.....		67
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....		69
LAMPIRAN.....		71



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

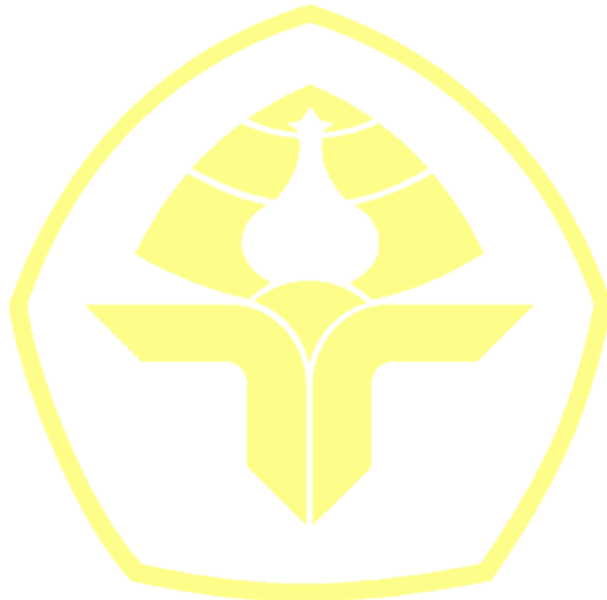
Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Uluwatu Tahun 2019-2023.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik) .....	20
Tabel 3. 1 Matriks SWOT .....	32
Tabel 4. 1 Rincian Tiket Pura Luhur Uluwatu .....	35
Tabel 4. 2 Matriks SWOT Obyek Wisata Uluwatu .....	55
Tabel 4. 3 Matriks IFAS .....	60
Tabel 4. 4 Matriks EFAS .....	61



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 4. 1 Obyek Wisata Uluwatu .....	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Obyek Wisata Uluwatu .....	40
Gambar 4. 3 Kuadran SWOT .....	64

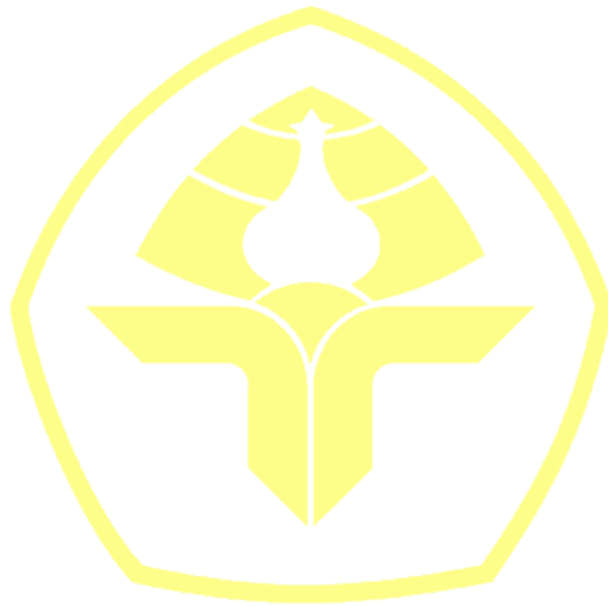


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan .....	71
Lampiran 2 Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi .....	73
Lampiran 3 Transkrip Wawancara .....	74
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian .....	78
Lampiran 5 Kunjungan Wisatawan ke Uluwatu .....	79
Lampiran 6 Output Penelitian .....	87
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	88



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata menjadi satu dari sekian banyak faktor perekonomian dalam sebuah Negara yang terus berkembang setiap tahunnya. Perkembangan pariwisata yang begitu pesat memberikan dampak positif bagi perekonomian dalam sebuah negara.

Indonesia adalah satu negara yang menjadi bagian dari Asia Tenggara, dilalui oleh garis khatulistiwa, serta diapit oleh dua benua yaitu Australia dan Asia. Indonesia memiliki beribu-ribu pulau dengan alam yang indah, budaya yang beragam, serta penduduknya yang ramah tamah. Indonesia mempunyai sejumlah wilayah pusat pariwisata yang dapat diandalkan dalam industri pariwisata. Satu wilayah yang cukup terkenal yaitu Bali.

Bali menjadi satu wilayah yang digemari untuk berwisata dengan skala internasional. Hal ini menarik bagi para turis domestik maupun yang berasal dari luar negeri. Bali memang memiliki peluang yang dapat menarik para turis, terutama dari segi kecantikan alam, kekhasan tradisi, serta gaya hidup sosial masyarakatnya. Hampir di setiap wilayah Kabupaten yang tersebar di Bali mempunya ciri khasnya masing-masing.

Kabupaten Badung menjadi salah satu wilayah yang menarik dengan adanya destinasi Uluwatu yang dapat dijadikan sebagai spot untuk menikmati *sunset* dengan pemandangan laut serta bayangan pura di atas tebing.

Uluwatu atau yang sering disebut sebagai Puru Luhur Uluwatu mempunyai kandungan-kandungan historis yang cukup kuat dan berdampak pada pertumbuhan keagamaan Hindu yang ada di Pulau Bali. Tempat ini juga dapat dikatakan unik dikarenakan lokasinya yang terdapat di atas anjungan bebatuan karang yang cukup terjal, tinggi, dan curam ke arah lautan. Tempat ini biasa menjadi spot perkumpulan binatang-binatang seperti monyet. Monyet-monyet ini dapat dengan mudah ditemukan sedang berkeliaran di sekitaran tempat wisata. Puru Luhur Uluwatu juga menawarkan beberapa pertunjukan hiburan untuk para turis yang berkunjung. Salah satu contohnya yaitu tari kecak. Tarian ini diatur dan diurus oleh warga lokal yang terkumpul dalam komunitas bernama Tabuh Karang Boma dan Sanggar Tari. Dengan keindahan tebing dan *sunset* yang memukau, para turis dapat menikmatinya selagi menyaksikan tari-tarian kecak. Tarian ini juga menarik karena adanya unsur cerita Ramayana yang menjadi dasar alur serta pemeran pertunjukan.

Menurut Kotler & Keller (2016), strategi komunikasi marketing menjadi satu unsur yang sangat krusial dalam distribusi destinasi wisata. Melalui adanya strategi komunikasi marketing yang tepat, destinasi wisata dapat membangun citra yang positif, meningkatkan kesadaran wisatawan

terhadap destinasi tersebut, serta meningkatkan minat dan keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Peningkatan jumlah pengunjung merupakan salah satu dampak yang terjadi dari penerapan komunikasi pemasaran yang baik. Distribusi yang disertai dengan komunikasi yang baik dapat berdampak pada ekuitas dan *awareness* akan suatu merek tertentu. Hal ini juga melahirkan suatu kesan yang baik pada merek tersebut. Adapun komunikasi yang baik itu dapat dilihat dari berbagai aspek seperti iklan, promosi penjualan, acara, relasi publik, publikasi, distribusi langsung, serta penjualan secara personal (Kotler & Keller, 2016).

Obyek pariwisata Uluwatu ini diurus oleh suatu organisasi bernama Desa Adat Pecatu secara langsung. Terdapat banyak upaya yang sudah dilaksanakan dari tim pengurus demi membangun infrastruktur di sekitaran destinasi ini. Adanya tempat parkir yang memadai serta tata kelola di area pementasan tari kecak telah menjadi beberapa contoh fasilitas yang disediakan.

Berikut merupakan sajian data terkait dengan total pengunjung atau wisatawan di Uluwatu pada 2019-2023 :

**Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Uluwatu**

**Tahun 2019-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kunjungan</b>
2019	2.247.291
2020	337.888
2021	155.055



2022	931.638
2023	1.672.565

Sumber : Pengelola Obyek Wisata Uluwatu (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, jumlah kunjungan dari tahun 2019 sampai 2023 mengalami naik turun. Pada tahun 2019, dimana jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara mencapai 2.247.291. Sementara itu, selama 2020 hingga 2021, total pengunjung berkurang secara signifikan di karenakan faktor musibah COVID-19 yang sangat menyebar di banyak sector, terutama sector kunjungan wisata. Lalu, pada tahun 2022 sampai 2023 jumlah kunjungan kembali meningkat sebanyak 931.638 sampai 1.672.565. Seiring meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata Uluwatu, hal itu menandakan penting adanya strategi komunikasi marketing yang tepat bagi obyek wisata Uluwatu dalam upaya mengembangkan serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke obyek wisata Uluwatu.

Selain itu, dalam konteks globalisasi serta persaingan yang ketat pada industri pariwisata, strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi peranan kunci dalam mempertahankan daya tarik Uluwatu di pasar Internasional. Melalui upaya maksimalisasi pengelolaan yang berkelanjutan disertai dengan pemasaran yang tepat akan membantu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, sekaligus memastikan bahwa pengembangan pariwisata tetap menghormati dan mendukung keberlanjutan lingkungan sosial.

Dengan begitu, peneliti berminat untuk mencari tahu tentang strategi

dalam melakukan suatu komunikasi marketing yang tepat untuk obyek wisata Uluwatu agar dapat mempertahankan serta meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara terutama dalam menghadapi pesaing yang memiliki destinasi wisata sejenis seperti obyek wisata Uluwatu.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan yang terdapat pada bagian latar belakang masalah yang telah di bahas diatas, peneliti berhasil menemukan beberapa masalah yang akan dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini. Masalah tersebut berkaitan dengan bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam mengelola obyek wisata Uluwatu di Desa Adat Pecatu.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan yaitu mencari tahu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan untuk mempromosikan pariwisata di obyek wisata Uluwatu Desa Adat Pecatu.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis ingin memberikan hasil yang nantinya bisa digunakan sebagai referensi untuk mengembangkan strategi komunikasi marketing.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat diadakan penelitian ini yaitu untuk mendukung obyek wisata pada Desa Adat Pecatu dan mendorong peningkatan untuk wisata Uluwatu Desa Adat Pecatu.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini, peneliti menyusun penulisan yang dibagi menjadi lima bagian. Sistematika ini dibuat agar penelitian dapat dipahami dengan lebih runtut dan tertata. Ada pun setiap bagian dari penelitian ini akan digambarkan seperti berikut.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini akan membahas judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini akan membahas beberapa kajian teori dimana 3 sub-bab akan dimasukkan. Sub-bab tersebut mencakup analisis teori, penyajian data hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan lebih dulu (kajian empirik),

kerangka konsep, serta hipotesis. Bagian ini juga akan membahas beberapa teori yang menjadi landasan terkait dengan variabel yang digunakan. Tidak hanya itu, beberapa data yang didapatkan dari penelitian yang sudah dilakukan lebih dulu juga menunjang penelitian ini dalam membangun dan memperkuat kerangka konsep.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini akan membahas tentang metode penelitian yang isinya berkaitan dengan lokasi penelitian, objek penelitian, sumber data, jenis data, strategi pengumpulan data, strategi analisis data, jadwal pelaksanaan penelitian, serta tata susunan dalam penyusunan proposal penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

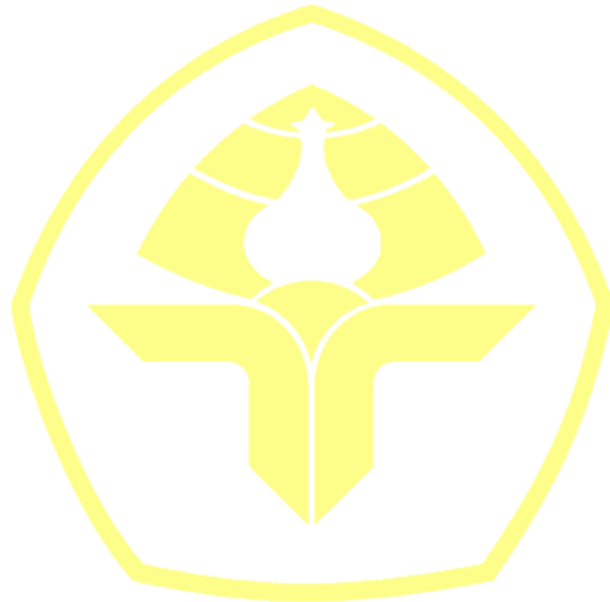
Bagian ini akan membahas tentang hasil serta pembahasan yang akan dipaparkan melalui gambaran secara umum terkait dengan sejarah, visi misi, bidang usaha, logo, serta struktur kepengurusan dari perusahaan. Kemudian berisikan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada BAB V penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran- saran untuk diberikan kepada Pengelola Obyek Wisata Uluwatu dan juga kepada para peneliti selanjutnya yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi tentang analisis wawancara dan mendeskripsikan hasil tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

Bagian ini akan membahas tentang simpulan dari hasil penelitian serta masukan-masukan membangun yang akan ditujukan pada Pengelola Obyek Wisata Uluwatu dan juga kepada para peneliti berikutnya yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai **Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengelola Obyek Wisata Uluwatu di DesaAdat Pecatu**, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam konteks globalisasi serta persaingan yang ketat pada industri pariwisata, strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi peranan kunci dalam mempertahankan daya tarik Uluwatu di pasar Internasional. Melalui upaya maksimalisasi pengelolaan yang berkelanjutan disertai dengan pemasaran yang tepat akan membantu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, sekaligus memastikan bahwa pengembangan pariwisata tetap menghormati dan mendukung keberlanjutan lingkungan sosial.

Melalui penekanan fokus pada strategi pertumbuhan, Uluwatu dapat memanfaatkan keunggulan internalnya untuk mengatasi ancaman dan mengejar peluang dengan lebih efektif dengan meningkatkan kualitas dan jangkauan promosi digitalnya, memperluas infrastruktur untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung, serta mengembangkan lebih banyak lagi aktivitas wisata yang menarik. Strategi ini dapat membantu Uluwatu untuk tetap kompetitif di tengah persaingan yang ketat dalam

industri pariwisata Bali.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Obyek wisata Uluwatu harus dapat mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimiliki agar selalu dapat menarik minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.
2. Perlu adanya keaktifan dalam melakukan promosi melalui media sosial yang sudah dimiliki obyek wisata Uluwatu dalam hal membuat konten-konten yang menarik guna menarik minat wisatawan agar mempunyai alasan untuk berkunjung ke Uluwatu.
3. Obyek wisata Uluwatu perlu menambah tenaga kerjaan bagian marketing communication agar dalam hal promosi di media sosial lebih aktif dan pertukaran ide yang lebih efektif.
4. Perlu adanya anggaran biaya yang khusus untuk menunjang kegiatan promosi obyek wisata Uluwatu.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## DAFTAR PUSTAKA

- Buana, I., Astawa, I. K., & Wendri, I. (2023). *The Implementation of Social Media Marketing to Enhance Customer Engagement at Anantara Uluwatu Bali Resorts* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions (pp. 163-167). Nagpur: Tripude Institute of Management Education
- Effendy, O. U. (2015). Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Hardjana. A. M. (2016). Ilmu Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Johnson, G., & Scholes, K. (2015). Exploring strategy : text and cases. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Kotler, A. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016) Marketing Management, 15th Edition New. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A. Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications.
- Mulyana, D. (2012). Ilmu *Komunikasi* Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Nafi'ah, E. U., & Suryaningsih, R. (2022). Analisis Swot Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depo Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 43-62.

- Nggini, Y. H. (2019). Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 141-152.
- Pamularsih, T. R. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam di Desa Abangsongan, Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(1), 46-54.
- Pranatayana, I. B. G., & Arcana, K. T. P. (2021). Strategi Pengembangan Minuman Tradisional Arak Bali Menggunakan Model Analisis SWOT Dan QSPM: Studi Kasus Desa Tri Eka Buana Karangasem Bali. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 58-72.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.
- Safitri, L. N., Mukaromah, S. M., & Habib, M. A. F. (2021). Analisis potensi obyek wisata pantai dengan konsep halal beach tourism di Kota Denpasar. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 143-156.
- Selvakumar, J. J. (2014). Dimensions of Integrated Marketing Communication (IMC) and their impact in creating brand equity in the Quick Service Restaurant (QSR) industry in Coimbatore city. *Ushus Journal of Business Management*, 13(4), 49-62.
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., ... & Utami, M. M. (2021). Komunikasi Organisasi.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2021). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanthi, I. A. T., Ratini, P. M., & Pradnyadari, N. K. (2020). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Hunian Kamar di Anantara Uluwatu Bali Resort. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1).