

LAPORAN SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP PERKEMBANGAN
PARIWISATA PULAU MARATUA
KABUPATEN BERAU KALIMANTAN
TIMUR**



CATHARINA DIAH TANTRI

24. M1. 0128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS KATOLIK

SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2025

LAPORAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN PARIWISATA PULAU MARATUA KABUPATEN BERAU KALIMANTAN TIMUR

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar S. I.Kom**



**CATHARINA DIAH TANTRI
24. M1. 0128**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK
SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2025**

ABSTRAK

Pulau Maratua terletak di Kabupaten Berau, Kecamatan Maratua Provinsi Kalimantan Timur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau dalam mengembangkan pariwisata di Pulau Maratua. Pulau Maratua merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi alam yang indah dan unik, namun masih belum banyak dikunjungi oleh wisatawan. Penelitian ini berfokus pada Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau. Penelitian ini menggunakan Teori Bauran Promosi yang terdiri dari Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber yang terkait dengan pengembangan pariwisata di Pulau Maratua. Penulis mendapatkan informasi pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan Kepala Bidang Promosi dan Kepala Bidang Perencanaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau meliputi bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau masih belum efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Maratua. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan beberapa strategi promosi yang dapat dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Pulau Maratua, seperti meningkatkan promosi melalui media sosial, meningkatkan kerjasama dengan pelaku pariwisata lainnya, dan meningkatkan kualitas fasilitas dan infrastruktur pariwisata di Pulau Maratua. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pariwisata di Pulau Maratua dan dapat menjadi acuan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau dalam mengembangkan strategi promosi yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang terkait dengan pengembangan pariwisata di daerah lain.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pengembangan Pariwisata, Bauran Promosi,

Maratua Island is located in Berau Regency, Maratua District, East Kalimantan Province. This study aims to analyze the promotional strategies implemented by the Berau Regency Culture and Tourism Office in developing tourism in Maratua Island. Maratua Island is one of the tourist destinations that has beautiful and unique natural potential, but has not been visited by many tourists. This research focuses on the promotional strategies carried out by the Berau Regency Culture and Tourism Office. This research uses the Promotional Mix Theory, which consists of Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Personal Selling, and Direct Marketing. This research uses a qualitative descriptive research method with data collection techniques through interviews with informants related to the development of tourism in Maratua Island. The author obtained information in this study using interview methods with the Head of the Promotion Section and the Head of the Planning Section of the Berau Regency Culture and Tourism Office. The results of the study show that the promotional strategies carried out by the Berau Regency Culture and Tourism Office include a promotional mix, namely advertising, sales promotion, public relations, and direct marketing. However, the results of the study also show that the promotional strategies carried out by the Berau Regency Culture and Tourism Office are still not effective in increasing tourist visits to Maratua Island. Therefore, this study recommends several promotional strategies that can be carried out by the Berau Regency Culture and Tourism Office to increase tourist visits to Maratua Island, such as increasing promotion through social media, increasing cooperation with other tourism stakeholders, and improving the quality of tourism facilities and infrastructure in Maratua Island. This study can contribute to the development of tourism in Maratua Island and can be a reference for the Berau Regency Culture and Tourism Office in developing effective promotional strategies. In addition, this study can also be a reference for other research related to tourism development in other areas.

Keywords: Promotional Strategies, Tourism Marketing, Promotional Mix Theory