

**STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM
MEMPROMOSIKAN POTENSI OBYEK WISATA
TROLOYO TROWULAN MOJOKERTO**
(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)

LAPORAN PENELITIAN



Oleh :

MOCH. ICHDAH ASYARIN HAYAU LAILIN, S.Sos
NIDN : 0708087102

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT
MOJOKERTO
2009**

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Penelitian:

STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI
OBJEK WISATA (KOLUYO TEROWULAN MOJOKERTO)
(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)

2. Peneliti :

a. Nama : Moch. Achdik Arwanto Hayan Lailin, S.Sos

b. Jenis Kelamin : laki laki

c. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Majapahit Mojokerto

3. Lama Penelitian : 6 (enam) bulan

Mojokerto, Desember 2019



Nasrudin, S.Ag., S.Pd., M.Pd.IH

Rektor
Universitas Islam
Majapahit

Peneliti

Moch. Achdik A.H. Lailin, S.Sos

Perpustakaan:

Registrasi: 3.40-2.0704.10.12

Tanggal: 20 / 12 / 2019



Perpustakaan

Fajar Arwanto SP

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan kepada Allah SWT serta Nabi Muhammad SAW, karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang mengkaji tentang **“Strategi Media Relations dalam Mempromosikan Potensi Obyek Wisata Troloyo Trowulan Mojokerto (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)”**.

Sebagai perwujudan tridharma, maka kami menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, tidaklah mungkin penelitian ini dapat terselesaikan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak: yang telah membantu proses penelitian ini.

Kami menyadari bahwa ini jauh dari sempurna. Selain karena penelitian ini adalah penelitian internal dan mandiri dengan dana yang relative terbatas. Oleh karena itu kritik, saran dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi terciptanya karya ilmiah/ penelitian yang lebih baik sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi kehidupan kita semuanya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mojokerto, Nopember 2009

Peneliti

ABSTRAKSI

M. I. A .H. Lailin, Penelitian Mandiri,2009

STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI OBYEK WISATA TROLOYO TROWULAN MOJOKERTO

(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)

Kata Kunci : Strategi *Media Relations*, Promosi Objek Wisata Troloyo

Penelitian ini dilatar belakangi oleh suatu keinginan untuk menggambarkan bagaimana strategi *media relations* divisi humas DISPARBUD Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata karena banyaknya obyek-obyek wisata di daerah Mojokerto yang memiliki daya tarik tetapi kurang diminati wisatawan, salah satunya adalah obyek wisata religi makam Troloyo Trowulan Mojokerto. Selanjutnya permasalahan yang timbul adalah bagaimana strategi *media relations* DISPARBUD Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi obyek wisata tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi *media relations* DISPARBUD Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan obyek wisata religi makam Troloyo Trowulan Mojokerto.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan jenis data kualitatif untuk menguraikan fakta yang ada dilapangan sehingga didapat informasi yang dibutuhkan.

Dari empat orang informan yang bertugas di divisi humas DISPARBUD Kabupaten Mojokerto tersebut didapatkan kesimpulan bahwa: 1) Tujuan strategi *media relations* yang dilakukan divisi humas DISPARBUD Kabupaten Mojokerto adalah peningkatan kunjungan wisatawan melalui publikasi oleh media. 2) Target strategi *media relations* dalam promosi obyek wisata adalah dikenalnya semua obyek wisata di Kabupaten Mojokerto oleh masyarakat luas sehingga sektor pariwisata dapat menyumbang bagi peningkatan PAD Kabupaten Mojokerto. 3) Strategi *media relations* yang dilakukan DISPARBUD dalam mempromosikan potensi obyek wisatanya adalah: a. Mengelola Relasi dengan menerapkan hubungan kemitraan, b. Mengembangkan Strategi, c. Mengembangkan Jaringan. 4) Kelebihan strategi *media relations* yang dipilih adalah promosi obyek wisata berjalan lancar, hubungan baik dengan media massa yang menjadi mitra dan tujuan serta program-program dari DISPARBUD dapat tercapai. 5) Kekurangan strategi yang diterapkan adalah dukungan dana dari pemerintah yang terbatas.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
ABSTRAKSI	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	3
I.4 Manfaat Penelitian.....	3

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Pengertian dan Proses Humas (Hubungan Masyarakat).....	5
2.2 Tujuan dan Tugas Humas	7
2.3 Fungsi Humas	9
2.4 Pemahaman Strategi.....	9
2.5 Media Relations	10
2.6 Strategi Media Relations.....	12
2.7 Promosi	13
2.8 Potensi Pariwisata	15
2.9 Konsep-konsep.....	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	20
3.2 Lokasi Penelitian.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4 Kriteria dan Cara Penetapan Jumlah Informan	21
3.5 Analisis Data.....	22

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	
4.1.1. Gambaran Umum DISPARBUD Kabupaten Mojokerto	23
4.1.2 Strategi Media Relations DISPARBUD Kabupaten Mojokerto.....	24
4.1.3 Potensi Obyek Wisata Troloyo Trowulan Mojokerto.....	36
4.2. Analisis Data	
4.2.1. Profil Informan.....	42
4.2.2 Strategi Media Relations DISPARBUD dalam mempromosikan obyek wisata Troloyo Trowulan Mojokerto	
1. Tujuan Strategi Media Relations DISPARBUD dalam Mempromosikan Obyek Wisata Troloyo.....	45
2. Target Strategi Media Relations DISPARBUD dalam Mempromosikan Obyek Wisata Troloyo	56
3. Metode Strategi Media Relations DISPARBUD dalam Mempromosikan Obyek Wisata Troloyo	62
4. Analisa antara Kelebihan dan Kekurangan Strategi Media Relations DISPARBUD dalam Mempromosikan Obyek Wisata Troloyo	71

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Rekomendasi.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Identitas Informan..... 62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Susunan Organisasi DISPARBUD kabupaten Mojokerto 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draf Wawancara

Lampiran 2. Lembar Kerja Domain

Lampiran 3. Data Peningkatan Jumlah Pengunjung