

**BAURAN KOMUNIKASI PROMOSI WISATA PULAU ANGSO DUO
OLEH DINAS PARIWISATA KOTA PARIAMAN
SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Strata Satu pada Program Studi Komunikasi dan
Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam
Negeri Imam Bonjol Padang*



Oleh :

Abdullah Ammar

NIM. 2112010113

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI IMAM BONJOL PADANG
1447 H/ 2025 M**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Bauran Komunikasi Promosi Wisata Pulau Angso Duo Oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman Sumatera Barat”** adalah benar hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi ataupun karya yang sudah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar kesarjana di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang atau di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk dibatalkan kebasahan skripsi dan gelar sarjana saya.

Padang, 23 Juli 2025

Saya Yang Menyatakan



Abdullah Ammar
NIM. 2112010113

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“Bauran Komunikasi Promosi Wisata Pulau Angso Duo Oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman Sumatera Barat”** Yang disusun oleh Abdullah Ammar, NIM 2112010113, mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan mengikuti Sidang Munaqasyah. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padang, 22 Juli 2025

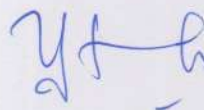
Disetujui Oleh,

Pembimbing I



Dr. Mulyanti Syas, M.Si
NIP.197208062005012003

Pembimbing II



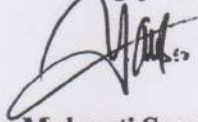
Arifah Yeni Gustia, M.Soc.Sc
NIP.198008062015032001

PENGESAHAN PENGUJI MUNAQASYAH

Skripsi dengan judul “**Bauran Komunikasi Promosi Wisata Pulau Angso Duo Oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman Sumatera Barat**” yang disusun oleh Abdulah Ammar NIM. 2112010113 telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang, Kamis, 14 Agustus 2025 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Prodi Komunikasi Penyiaran Islam

Padang, 14 Agustus 2025

Tim Penguji Ketua



Dr. Mulyanti Syas, M.Si
NIP. 197208062005012003

Penguji I



Dr. Neni Efrita, M.Si
NIP. 196606151994032002

Penguji II



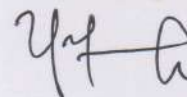
Ghina Novarisa, M.Si
NIP. 199011132020122018

Penguji III



Dr. Mulyanti Syas, M.Si
NIP. 197208062005012003

Penguji IV



Arifah Yenni Gustia, M.Soc, Sc
NIP. 198008062015032001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Imam Bonjol Padang



Dr. Wakidul Kohar, M.Ag
NIP. 1974040222001121001

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Bauran Komunikasi Promosi Wisata Pulau Angso Duo Oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman Sumatera Barat**” disusun oleh Abdullah Ammar, NIM 2112010113, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi besar yang dimiliki Pulau Angso Duo sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Pariaman, Sumatera Barat. Pulau ini menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya, serta nilai sejarah dan religi yang mampu menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun luar daerah. Meskipun demikian, data kunjungan wisatawan dalam dua tahun terakhir menunjukkan penurunan, dari 9.614 orang pada tahun 2023 menjadi 7.851 orang pada tahun 2024. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan belum optimal dan belum terintegrasi secara strategis.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran komunikasi promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman dalam mempromosikan destinasi wisata Pulau Angso Duo. Pulau ini merupakan salah satu ikon wisata bahari unggulan Kota Pariaman yang memiliki potensi alam, budaya, dan religi. Namun demikian, jumlah kunjungan wisatawan masih belum optimal karena belum adanya strategi promosi yang terstruktur dan terpadu. Penelitian ini berfokus pada empat elemen dari konsep Integrated Marketing Communication (IMC), yaitu: periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan media digital..

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak yang terlibat langsung dalam promosi pariwisata, terutama Dinas Pariwisata Kota Pariaman. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata telah menggunakan berbagai media promosi seperti spanduk, baliho, media sosial, serta keterlibatan duta wisata dalam memperkenalkan Pulau Angso Duo. Namun, kegiatan promosi masih bersifat momentum dan belum memiliki dokumen strategi IMC yang komprehensif. Keterbatasan anggaran, kurangnya sumber daya manusia yang terlatih, serta belum optimalnya penggunaan media digital berbayar menjadi kendala utama. Penelitian ini merekomendasikan perlunya penyusunan strategi IMC secara tertulis, penguatan promosi digital yang terencana, pelatihan SDM promosi, serta kolaborasi dengan komunitas lokal dan media untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan citra pariwisata Pulau Angso Duo secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Bauran Komunikasi Promosi, IMC, Pariwisata, Pulau Angso Duo, Kota Pariaman

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul, “Bauran Komunikasi Promosi Wisata Pulau Angso Duo Oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman Sumatera Barat”. Sholawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan kepada Nabi besar Muhammad SAW suri tauladan bagi umat manusia.

Skripsi ini bukanlah usaha penulis semata, akan tetapi dapat diselesaikan berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung telah memberikan dukungan dan bimbingan selama berlangsungnya penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Negeri Imam Bonjol Padang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu dan mengembangkan diri di institusi pendidikan tinggi ini.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Terima kasih Bapak dan Ibu atas semua arahan dan motivasinya yang diberikan kepada penulis.
3. Ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. Terima kasih memberikan motivasi serta selalu melayani penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Mulyanti Syas, M. Si selaku Pembimbing I dan Bapak Abdul Manan Sihombing, MA, selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan senantiasa penuh kesabaran serta kesediaannya untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Neni Efrita, M.Si selaku Penguji I, dan Ibu Ghina Novarisa, M.Si selaku Penguji II yang telah meluangkan waktu dan senantiasa penuh kesabaran serta kesediaannya untuk memberikan masukan serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya.
7. Terima kasih kepada Dinas Pariwisata Kota Pariaman sebagai informan dalam penelitian ini yang telah memberikan kesempatan

untuk bisa mengembangkan pemikiran di tempat penelitian dan memberikan ilmu baru bagi penulis.

8. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua Ayahanda tercinta Buzarmi yang telah membimbing serta banyak memberikan pengajaran dan dukungan kepada penulis. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibunda Anita atas segala cinta kasih dan sabar yang tulus engkau berikan dari mengandung, melahirkan, menyusui dan membesarkan penulis hingga menjadi sarjana Strata 1.
9. Terima kasih banyak kepada keluarga besar kakak Nurul Qolbi El Azizah serta adik Muhammad Faris yang telah memberikan dukungan, motivasi dan bantuan dalam proses pendidikan penulis.
10. Terima kasih kepada Kos Cinta Tobris Fauzan, Agung cikal, Heru Hermawan dan Nurul Fadli yang selalu ada dikala suka dan duka penulis, mulai dari awal kuliah hingga proses penulisan karya ini banyak membantu penulis.
11. Terimakasih kepada teman-teman seangkatan dan semua orang yang sudah ada dalam proses perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan menjadi sumber ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Padang, 23 Juli 2025

Penulis

Abdullah Ammar
NIM. 2112010113

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
-------------------------------	----------

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penjelasan Judul.....	10
G. Sistematika Penulisan	12

BAB II LANDASAN TEORI	14
------------------------------------	-----------

A. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	14
B. Tujuan Promosi.....	17
C. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	19
D. Promosi Pariwisata.....	22
E. Komunikasi Pariwisata	24
F. Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	26
G. Kerangka Berfikir	38
H. Penelitian Yang Relevan	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Informan Penelitian	45
D. Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data.....	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 51
A. Deskripsi Data.....	42
B. Bauran Komunikasi Pemasaran <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) Pulau Angsi Duo Kota Pariaman.....	55
C. Pembahasan	59
 BAB V PENUTUP.....	 86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
 DAFTAR PUSTAKA	 88
LAMPIRAN.....	92
BIODATA PENULIS.....	82