



**MODEL KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* (WOM) SEBAGAI  
STRATEGI PEMASARAN EFEKTIF DALAM MENARIK  
MINAT PENGUNJUNG AGROWISATA KARANG  
PENGINYONGAN KECAMATAN CILONGOK KABUPATEN  
BANYUMAS**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Peradaban Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Disusun Oleh :**

**RIZQO CHOERUL ANAM**

**NIM. 43215008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizqo Choerul Anam  
NIM : 43215008  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

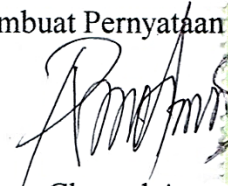
**MODEL KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* (WOM) SEBAGAI  
STRATEGI PEMASARAN EFEKTIF DALAM MENARIK MINAT  
PENGUNJUNG AGROWISATA KARANG PENGINYONGAN  
KECAMATAN CILONGOK KABUPATEN BANYUMAS**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

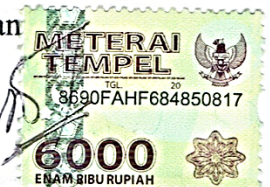
Bumiayu, 5 September 2020

Pembuat Pernyataan



Rizqo Choerul Anam

NIM. 43215008



## PENGESAHAN

Judul Skripsi : MODEL KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* (WOM) SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN EFEKTIF DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG AGROWISATA KARANG PENGINYONGAN KECAMATAN CILONGOK KABUPATEN BANYUMAS

Nama penyusun : Rizqo Choerul Anam

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata I

Bumiayu, 22 September 2020



### Dosen Pembimbing

Tundjung Linggarwati S.IP., M.Si.

NIDN. 0031087202

### Nama Penguji

#### Dewan Penguji I

Surahmadi, S.Hut., M.Si.

NIDN. 0620027003

#### Dewan Penguji II

Aswhar Anis S.IP., M.Si.

NIDN. 0607088201

## **PERSEMBAHAN**

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini banyak mendapatkan kontribusi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan kepada:

1. Alam Semesta dan Pencipta-Nya. Pemberi kekuatan di saat lemah, pemberi rezeqi di saat kurang, pemberi jalan di saat tersesat. Terima kasih atas skenario yang telah di berikan, rencana Mu adalah yang terbaik.
2. Ibu Tundjung Linggarwati S.IP.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan sabar dan selalu bersedia membagikan ilmunya.
3. Bapak Ashwar Anis S.IP.,M.Si. selaku kepala jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Titut Edi Purwanto selaku Informan utama di Agrowisata Karang Penginyongan
5. Bapak Krusharto selaku informan pendukung di Agrowisata Karang Penginyongan
6. Bapak Narsam selaku informan pendukung di Agrowisata Karang Penginyongan
7. Kedua Orang tua yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah. Terima kasih Bapak dan Mama yang senantiasa memberi harapan yang terbaik dan terima kasih telah mendidik hingga sampai saat ini. kasih sayang kalian adalah kebahagiaan yang tiada tara.
8. Diniar rizqi, adik yang paling baik dan nurut. Semoga dini bisa menjadi anak sholehah, dan bisa membanggakan diri sendiri dan orang tua, Mas yakin dini bisa menjadi pribadi yang lebih mandiri. Mas minta maaf apabila sampai saat ini belum bisa menjadi kakak yang baik dan belum bisa menjadi apa yang dini harapkan, semangat buat dini.

9. Segenap keluarga yang telah memberi semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi, diantaranya : Mbah, Lilik, Dian, Rian, Mba Lia, Aji dll.
10. Rekan keluarga, Kholipah sebagai rekan berdiskusi bagaimana cara menyusun skripsi.
11. Seluruh Teman perjuangan Kuliah yang telah berjuang sama dari awal perkuliahan sampai lulus. Faiz, Mandre, Azmy, Bimo, Fajar, Uroh, Fitri, Kiki semangat untuk kalian.
12. Senja yang telah menemani penulis dari awal penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas keikhlasannya untuk selalu menemani dan memberi semangat di setiap perjuangannya.
13. Mas Rendi Qendhil fotokopi yang telah menjadi teman sekaligus kakak di masa perkuliahan penulis.
14. Sahabat seperjuangan ZGD E-sport yang dengan lapangnya untuk selalu menghibur disaat jenuh. Sigit, Ali, Tian, Adit, Mas Sanding, dll. Semangat untuk kalian.
15. Sahabat Offroader BNA ( Bebek Njepat Adventure ) yang telah menemani dan menghibur penulis dari masa hiruk pikuk.
16. Segenap dosen dan staf FISIP UPB, khususnya dosen jurusan Ilmu Komunikasi atas ilmu dan pembelajaran selama ini.
17. Seluruh informan yang telah bersedia menjadi subjek penelitian dalam skripsi ini, terimakasih sudah mau berbagi cerita dan memberikan banyak pembelajaran hidup bagi peneliti;

## ABSTRAK

Kabupaten Banyumas memiliki keanekaragaman wisata dari wisata alam, budaya, dan religi. Agrowisata Karang Penginyongan (AKP) merupakan salah satu bentuk gabungan dari wisata alam dan budaya yang terletak di bagian barat Kabupaten Banyumas. Untuk memperkuat kualitas AKP maka di butuhkan teknik promosi yang tepat agar meningkatkan jumlah pengunjung dan menambah pemasukan untuk daerahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model komunikasi *Word of Mouth* (WOM) sebagai strategi pemasaran efektif dalam menarik minat pengunjung Agrowisata Karang Penginyongan Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Dasar pemikiran yang digunakan adalah Teori *Word of Mouth* (WOM) oleh Kotler dan Keller. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan subjek penelitian, diantaranya adalah Operasional Manager AKP (Agrowisata Karang Penginyongan) sebagai informan utama, HRD AKP dan pengunjung AKP sebagai informan pendukung. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data penelitian di analisis dengan cara reduksi data, display data kemudian disimpulkan. Hasil penelitian mendeskripsikan bahwa alasan penggunaan model komunikasi WOM sebagai strategi pemasaran wisata AKP adalah faktor kemudahan cara penyampaian, peluang capaian target pengunjung yang luas dan biaya yang murah. Guna memaksimalkan WOM, pihak AKP memberikan pelayanan terbaik kepada pengunjung berupa fasilitas fisik dan nonfisik termasuk penggunaan alat dukung promosi berupa brosur, majalah “Karakter”, instagram, facebook dan kerjasama dengan portal berita online. Melalui strategi tersebut, maka terwujudlah penguatan *mutual dialogue*, *pass along effect*, *knowledge difussion* dan *cause and effect* yang dapat meningkatkan minat pengunjung AKP. Minat pengunjung dapat bertambah baik apabila pihak AKP mampu menciptakan pengalaman berwisata seni dan budaya yang berkesan bagi pengunjung dengan terus berinovasi dalam memperbarui kualitas layanan dan infrastruktur.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Word Of Mouth*, Minat Pengunjung**

## **Abstract**

*Banyumas Regency has a diversity of tourism from natural, cultural, and religious tourism. Karang Penginyongan Agro-tourism (AKP) is a combined form of natural and cultural tourism which is located in the western part of Banyumas Regency. To strengthen the quality of AKP's, appropriate promotional techniques are needed in order to increase the number of visitors and increase income for the region. This research aims to describe how the Word of Mouth (WOM) communication model can be an effective marketing strategy in attracting visitors of Karang Penginyongan Agro-tourism, Cilongok District, Banyumas Regency. The research used the Word of Mouth (WOM) theory by Kotler and Keller. This descriptive qualitative research used purposive sampling method in determining the research subjects, such as the Operational Manager of the AKP (Karang Penginyongan Agro-tourism) as the main informant, the AKP HRD and the AKP visitors as supporting informants. This research data collection technique using observation, interview and documentation techniques. The research data were analyzed by means of data reduction, data display and then concluded. The results of the research describe that the reasons for using the WOM communication model as an AKP tourism marketing strategy are : factors of ease of delivery, broad target audience opportunities and low cost. In order to maximize WOM, the AKP provides the best service to visitors by physical and non-physical facilities including the use of promotional support tools in the form of brochures, "Karakter" magazines, Instagram, Facebook and collaboration with online news portals. Through this strategy, a strengthening of mutual dialogue, pass-along effects, knowledge diffusion and cause and effect will be realized which can increase the interest of AKP visitors. Visitor interest can be improved if the AKP is able to create memorable art and cultural experiences for the visitors by continuing to innovate in updating the quality of services and infrastructure*

**Keywords : Promotional Strategy, Word Of Mouth, Visitors Interest**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya berupa kenikmatan, baik nikmat sehat dan nikmat akal sehingga dengan Ridho-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita pada jaman kemerdekaan islam yang penuh dengan khasanah keilmuan.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dalam penyusunan skripsi ini penulis masih mempunyai banyak kekurangan, banyak kesulitan dan rintangan yang harus dilalui dan berusaha mendapatkan hasil yang terbaik. Berkat do'a dan motivasi, bimbingan dan bantuan yang tidak ternilai dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua Orangtua, atas motivasi, semangat, perhatian dan kasih sayangnya.
2. Prof. Dr. Yahya A. Muhaimin, selaku Rektor Universitas Peradaban
3. Ibu Tundjung Linggarwati S.IP.,M.Si. selaku Pembimbing dalam penulisan Skripsi ini.
4. Bapak Surahmadi S.Hut., M.Si. , selaku Penguji dalam Sidang Skripsi ini.
5. Bapak Aswhar Anis S.IP., M.Si., selaku penguji dua dan sebagai Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Peradaban.

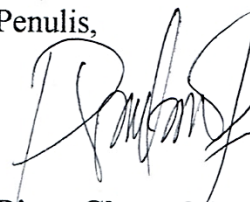


6. Seluruh dosen dan staf yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Peradaban.
7. Teman-teman Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik angkatan 2015 yang saling memberi semangat satu sama lain.
8. Seluruh keluarga HMJ Ilmu Komunikasi
9. Dan Juga Senja, Partner yang selalu menyemangati siang dan malam.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis baik berupa do'a, motivasi dan bantuan mendapat balasan yang baik pula dari Allah SWT sebagai amal ibadah. *Aamiin Ya Rabbal 'Alamin*. Penulis juga menyadari masih banyak kekurang dalam penulisan ini dan masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik maupun saran dari para pembaca. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Peradaban.

Bumiayu, 5 September 2020

Penulis,



**Rizqo Choerul Anam**

**NIM. 43215008**

## **MOTTO**

**“ Tidak ada kesulitan atau kesalahan dalam hidup, karena musuh terbesar dalam hidup kita adalah diri sendiri. Maka berdamailah dengan hati untuk menjadi pribadi yang lebih baik.”**

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Keaslian.....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Abstraksi .....	vi
<i>Abstract</i> .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Motto.....	x
Daftar Isi .....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	6
2.2. Landasan Teori .....	12
2.3. Operasionalisasi Konsep.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Desain Penelitian .....	24
3.2. Situs Penelitian .....	24

3.3. Subjek Penelitian .....	24
3.4. Jenis Data.....	24
3.5. Sumber Data .....	25
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.7. Analisis dan Interpretasi Data.....	27
3.8. Kualitas Data .....	28
<b>BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>	
4.1. Profil Penelitian .....	30
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Hasil Penelitian.....	36
5.1.1 Alasan Penggunaan Word Of Mouth.....	36
5.1.2 Karakteristik Word Of Mouth Dalam Strategi Pemasaran Agrowisata Karang Penginyongan.....	39
5.1.3 Teknik Word Of Mouth Dalam Pemasaran Agrowisata Karang Penginyongan.....	43
5.1.4 Peran Word Of Mouth Yang Digunakan Agrowisata Karang Penginyongan.....	45
5.2. Pembahasan .....	48
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Kesimpulan.....	52
6.2. Saran.....	53
6.3. Hambatan Penelitian.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Model Market WoM (*Word Of Mouth*) Marketing
- Gambar 1.2 Tangga Loyalitas via WoM (*Word Of Mouth*) Marketing

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data pengunjung Agro Karang Penginyongan pada tahun 2019

Tabel 1.2 Daftar Penelitian Terdahulu

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Pedoman dan Hasil Wawancara
- Lampiran 4 Berita Media Online
- Lampiran 5 Biodata Penulis