Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Manajemen perencanaan kegiatan komunikasi pemasaran pada taman rekreasi. Suatu studi kasus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi para pengunjung Taman Rekreasi Impian Jaya Ancol Jakarta

Rahmi Setiawati, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=73395&lokasi=lokal

---

Abstrak

Studi kasus ini penulis lakukan terhadap satu-satunya Taman Rekreasi Laut/pantai yang ada di Jakarta. Pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia pada 1997, maka taman Taman Rekreasi Jaya Ancol ini tidak terkecuali mengalami imbasnya. Akibat dari ini, maka Taman Rekreasi ini mengalami penurunan jumlah pengunjungnya, walaupun upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung telah dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui promosi media, namun hasilnya masih jauh dari apa yang diharapkan. Tidak itu saja, manajemen Taman Rekreasi Jaya Ancol juga mencoba menggerakkan para peminat dari segala umur, pendidikan dan kawasan.

Dilihat dari pokok permasalahannya, disamping karena imbas krisis ekonomi, Taman Impian Jaya Ancol juga terlalu banyak yang ingin ditangani, sementara daya dukung dana masih terbatas. Sementara itu Strategi Komunikasi Pemasarannya kurang atau sama sekali belum terintegrasi, sehingga ada kecenderungan manajemen TIJA hanya mengkonsentrasikan atau percaya kepada satu kekuatan medium saja. Dalam promosi pemasarannya, kurang memperhatikan inovasi-inovasi dalam teknik-teknik komunikasi pemasaran terpadu, kemudian juga promosi melalui pelayanan marketing Public Relations hampir sama sekali tidak disentuh.

Dalam membahas hasil penelitian ini, penulis menggunakan alat analisisnya yang dituangkan sebagian besar dalam kerangka pikir dan memanfaatkan beberapa konsep dan teori yang berkaitan langsung dengan komunikasi pemasaran, antara lain penulis meminjam kerangka pikir dari Schultz cs tentang komunikasi pemasaran terpadu, sementara komunikasi pemasarannya sendiri menggunakan karya dari Cohen yang menggunakan konsep SOSTAC Untuk memahami ini semua, karena studi ini bobotnya lebih kepada manajemen komunikasi, maka pemahaman tentang proses komunikasi pemasaran juga merupakan awal dari semua analisis yang dilakukan dengan meminjam kerangka konsep atau model komunikasinya Lasswell yang diaplikasikan ke dalam proses komunikasi pemasaran sampai kepada bagaimana -pecan yang efektif itu hares disusun. Teori-teori lain yang mendukung kerangka pikir ini penulis juga pergunakan antara lain yang berkaitan dengan pemasaran (seperti dari Stanton, Mowen dan dan Henry Assel tentang consumer behavior dan marketing action). Sementara yang berkaitan dengan manajemen pemasaran penulis iebih banyak meminjam dari pemikirannya Kotler. Karena tesis ini bicara tentang perencanaan, maka teori perencanaan dari Alan Hankock, terutama dari John Middleton dan Stephen Robins. Teori-teori motivasi dan media exposure juga disinggung.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metnda yang biasa dilakukan dalam penelitian social. Sifatnya kuantitatif, namun analisisnya penulis tempuh dengan Cara deskriptif. Tanpa menggunakan pembuktian suatu hipotesis tertentu dan pula tidak menggunakan analisis statistik. Disinilah letak dari

kelemahan penelitian ini, karena baru disadari kemudian bahwa dalam penentuan populasi dan sampelnya kurang memperhatikan unsur-unsur kelompok di antara para pengunjung.

Sebagai akhir dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ternyata para peminat untuk berekreasi adalah kelompok usia muda, dan umumnya prang Indonesia mempunyai budaya untuk berekreasi sebagai bagian dari kebutuhan hidupnya. Kendala utamanya adalah rendahnya penghasilan hidup rata-rata perbulannya. Motivasi ke Ancol sebagian besar karena butuh rekreasi pada hari-hari besar/libur. Sementara TIJA perlu mengoptimalkan promosi pemasarannya melalui pendekatan komunikasi pemasaran terpadu, marketing public relations dan perlu suatu perencanaan yang lebih matang.