

**NASKAH PUBLIKASI**  
**KEBIJAKAN PROMOSI PARIWISATA DINAS KEBUDAYAAN**  
**DAN PARIWISATA KABUPATEN PEMALANG**  
**(studi kasus Implementasi Komunikasi Organisasi di Dinas**  
**Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana Strata I (S-1)**  
**Program Studi Komunikasi dan Informatika**



**Disusun oleh:**

**RISA OKTAVIANA**

**L 100 070 132**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2012**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**KEBIJAKAN PROMOSI PARIWISATA DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA KABUPATEN PEMALANG**

(Studi kasus Implementasi Komunkasi Organisasi di Dinas Kebudayaan dan  
Pariwisata Kabupaten Pemalang)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**RISA OKTAVIANA**

**NIM.L100070132**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. **Drs. Joko Sutarso, SE., M.Si.** (.....)

Ketua

2. **Budi Santoso, S.Sos., M.Si.** (.....)

Sekretaris

3. **Dian Purworini, S.Sos, MM** (.....)

Penguji

Surakarta, .....2012

Unversitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,



**Husni Thamrin, M. T., Ph. D**

**NIK.706**

**KEBIJAKAN PROMOSI PARIWISATA DINAS KEBUDAYAAN  
DAN PARIWISATA KABUPATEN PEMALANG  
(Studi kasus Implementasi Komunikasi Organisasi di Dinas  
Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang)**

*Risa Oktaviana*

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

E-mail: [cumie\\_legra@yahoo.com](mailto:cumie_legra@yahoo.com)

**ABSTRACT**

**RISA OKTAVIANA, L100070132, POLICY DEPARTMENT OF TOURISM PROMOTION OF CULTURE AND TOURISM in Pemalang (Case Studies in Organizational Communication Implementation Department of Culture and Tourism in Pemalang). Final Program of Communication Sciences, Faculty of Communication and Informatics, Muhammadiyah University in Surakarta. 2012**

In this study, researchers wanted to explore the promotion of the organization's communication policy in Pemalang attractions; through three steps. First, Formulation of promotion policy, from which the decision maker (decision makers) and stakeholders take Information's reference, what media is used to determine the information and final process of formulation policy of promotional attraction. Second, the implementation of promotion policy; channels of communication policy and policy implementation and promotion of the three attractions, attractions promotion policy controls that control the size and success of the process of communicating the implementation of promotion policy that all attractions are at the Department of Culture and Tourism Pemalang.

The basic method (approach) which is used in this study is a qualitative descriptive approach. While the data analysis method used is a case study method. The focus of this study try to collect detailed and comprehensive data related to organizational communication is done the Department of Culture and Tourism

Pemalang in the processing of tourism promotion policy. Furthermore, the data analysis process in organizational communication consists of the formulation, implementation and monitoring and supervision of tourism promotion policy Pemalang.

From the analysis of data from studies conducted produced some conclusions as follows: (1) The procedural implementation of organizational communication of Culture and Tourism Pemalang on tourism promotion policy has been running correctly in accordance with the instructions and rules of official duty, (2) The procedural implementation of communication Department of Culture and Tourism organizations Pemalang on the implementation policy of tourism promotion has been run as an overview of tourism promotion policy formulation, (3) The procedural implementation of organizational communication of Culture and Tourism Pemalang on tourism promotion policy control only use one pointer control of the organization.

**Keywords:** Communication Organization, Policy, Tourism Promotion.

## ABSTRAK

**RISA OKTAVIANA, L100070132, KEBIJAKAN PROMOSI PARIWISATA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN PEMALANG (Studi Kasus Implementasi Komunikasi Organisasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2012**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali proses komunikasi organisasi kebijakan promosi objek wisata di Kabupaten Pemalang; melalui tiga tahap. *Pertama*, perumusan kebijakan promosi; dari mana pengambil keputusan (*decision maker*) dan *stakeholder* mengambil referensi informasi, media apa yang digunakan untuk mengetahui informasi tersebut serta hasil akhir proses perumusan kebijakan promosi objek wisata. *Kedua*, pelaksanaan kebijakan promosi; saluran dan kebijakan komunikasi penerapan kebijakan promosi objek wisata dan *ketiga*, pengawasan kebijakan promosi objek wisata yaitu ukuran pengawasan serta keberhasilan proses mengkomunikasikan penerapan kebijakan promosi objek wisata yang kesemuanya berada pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang.

Metode dasar (pendekatan) yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode studi kasus. Fokus penelitian ini mengupayakan mengumpulkan data yang detail dan komprehensif terkait komunikasi organisasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata. Selanjutnya, data dilakukan analisis proses dalam

komunikasi organisasi terdiri dari proses perumusan, pelaksanaan dan pengawasan dan pengawasan kebijakan promosi pariwisata Kabupaten Pemalang.

Dari analisa data hasil penelitian yang dilakukan dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata sudah berjalan secara benar sesuai dengan petunjuk dan aturan kedinasan; (2) Secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata telah berjalan sesuai gambaran dari perumusan kebijakan promosi pariwisata; (3) Secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata hanya menggunakan satu pointer kendali organisasi saja.

**Kata Kunci:** Komunikasi Organisasi, Kebijakan, Pariwisata, Promosi.

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan bertujuan untuk perubahan atau perbaikan kualitas hidup. Proses ini dijalani sebagai hubungan tripartit antara negara, pihak swasta dan masyarakat (*civil society*) secara harmonis. Peran sentral berada di tangan negara atau pemerintah sebagai perencana dan pelaksana program pembangunan. Sehingga, keberlangsungan pembangunan sangat ditentukan proses organisasi dalam struktur pemerintahan. Pihak ketiga dan masyarakat, hanya menjadi patner pendukung jalannya pembangunan. Secara universal hal ini berlaku di belahan mana saja.

Dalam konteks Indonesia pasca otonomi daerah, peran pemerintah daerah sangat sentral menentukan kemajuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya. Lewat semangat otonomi dan *good governance*, setiap pemerintah daerah dapat mengupayakan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program pembangunan serta melibatkan pihak ketiga tanpa terbentur mekanisme dengan pemerintah pusat. Harapan yang diusung adalah bagaimana daerah dapat secara

simultan dan kontinu serta mempercepat perubahan dan pembangunan setiap daerah. Kembali pada kalimat awal, kemajuan atau perubahan kualitas hidup lewat pembangunan mesti diupayakan dengan organisasi yang solid dari jajaran pemerintah daerah. Baik dari level kepala daerah, jajaran SKPD (Surat Keputusan Pemerintah Daerah) hingga tataran di level kelurahan atau desa.

Menurut artikel website Badan Promosi Wisata Pematang; ada empat persoalan mendasar berkaitan dengan kondisi internal pengembangan kepariwisataan di Pematang, yaitu:

*Pertama*, implementasi kebijakan pengembangan obyek wisata yang belum optimal dilakukan, kendati potensi cukup tersedia. *Kedua*, strategi promosi wisata yang cenderung masih konvensional. *Ketiga*, pelayanan dalam arti luas kepada wisatawan yang masih kurang terutama dalam pengamalan Sapta Pesona dari *stakeholders* di bidang pariwisata khususnya. *Keempat*, masih relatif lemahnya koordinasi antara pelaku pariwisata, Pemerintah Daerah dan pihak terkait. (Urun Rembug Pengembangan Pariwisata Pematang, <http://pematangkab.go.id>, diakses pada Selasa 27/09/2011, pukul 18:30). Sebagai contoh pembangunan wisata air di pantai Widuri yang menghabiskan anggaran milyaran rupiah, namun tidak mendatangkan *multistage* efek bagi pembangunan pariwisata di Pematang.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali proses komunikasi organisasi kebijakan promosi objek wisata di Kabupaten Pematang; melalui tiga tahap. *Pertama*, perumusan kebijakan promosi; dari mana pengambil keputusan (*decision maker*) dan *stakeholder* mengambil referensi informasi, media apa yang digunakan untuk mengetahui informasi tersebut serta hasil akhir proses

perumusan kebijakan promosi objek wisata. *Kedua*, pelaksanaan kebijakan promosi; saluran dan kebijakan komunikasi penerapan kebijakan promosi objek wisata dan *ketiga*, pengawasan kebijakan promosi objek wisata yaitu ukuran pengawasan serta keberhasilan proses mengkomunikasikan penerapan kebijakan promosi objek wisata yang kesemuanya berada pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya.

### **Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas, maka ditemukan permasalahan yaitu;

1. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata?
2. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata?
3. Bagaimana implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata?

### **LANDASAN TEORI**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka ada beberapa kajian teoritis yang relevan mendukung penelitian ini, yaitu: (1) pendekatan komunikasi organisasi yang merupakan payung utama yang membahas komunikasi yang terjadi dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Pendekatan komunikasi organisasi sangat mengutamakan

kemampuan memproduksi, memilih saluran, dan menfasirkan pesan baik unsur personal ataupun unit-unit organisasi dalam mewujudkan tujuan organisasi. (Masmuh, 2008:5); (2) Teori Proses Organisasi dari Karl Weick; mengungkapkan bahwa keberadaan aspek komunikasi atau secara lebih khusus penggunaan fungsi, peran, dan saluran komunikasi merupakan dasar bagi pengorganisasian manusia dan untuk memahami bagaimana manusia berorganisasi. (Littlejohn dan Foss, 2009:364); (3) Teori Orientasi dari James Taylor; memandang organisasi sebuah proses interaksi gagasan, ide, tujuan yang tersusun dalam bentuk-bentuk komunikasi yang mendetail. (Littlejohn dan Foss, 2009:367). Dalam telaah peneliti; teori ini menekankan keberhasilan sebuah organisasi ditentukan pada kemampuan mengkomunikasikan visi, misi, dan tujuan dari organisasi tersebut; (4) Teori Kendali Organisasi dari Phillip Tompkins dan George Cheney; mengasumsikan proses komunikasi dalam sebuah organisasi sebagai upaya pengendalian atau kontrol dari implementasi kegiatan dan tujuan sebuah organisasi. Kendali komunikasi diwujudkan dalam empat bentuk pendekatan komunikasi; *simple control*, *technical control*, birokrasi, dan *concertive control*. (Littlejohn dan Foss, 2009:378); (5) komunikasi kebawah, informasi mengenai tujuan organisasi kebijaksanaan-kebijaksanaan perusahaan, peraturan, pembatasan, insentif, tunjangan, dan hak-hak karyawan. Sehingga, bawahan dapat menerima umpan balik tentang seberapa jauh mereka telah melaksanakan pekerjaan mereka dengan baik.(Masmuh, 2008:11); (6) Model Pengambilan Keputusan dalam Promosi Pariwisata, Terence A. Shimp menyebutkan bahwa sebuah proses



promosi berjalan sebagai sebuah kerangka kerja. Kerangka kerja ini memuat empat komponen umum yaitu; (1) membuat struktur organisasi untuk mengambil keputusan mengenai promosi, (2) memonitor dan mengelola lingkungan promosi, (3) membuat keputusan komunikasi pada tingkat brand, (4) meningkatkan ekuitas brand. (Shimp, 2000: 40-41).

## **METODE PENELITIAN**

Metode dasar (pendekatan) yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu. (Kriyantono, 2006:69). Dalam penelitian ini, hal utama yang dijadikan fokus paparan adalah mendeskripsikan secara detail melalui data yang terkumpul terkait komunikasi organisasi dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata. Deskripsi detail dari komunikasi organisasi ini dijabarkan dalam tiga penggambaran proses yaitu proses perumusan, pelaksanaan, dan pengawasan kebijakan promosi pariwisata dalam organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya.

Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. (Kriyantono, 2006:67). Dalam penelitian menyangkut komunikasi organisasi; studi kasus merupakan penelitian yang menekankan pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber data terhadap entitas tunggal

yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada umumnya studi kasus dihubungkan dengan sebuah lokasi. Kasusnya memungkinkan sebuah organisasi, sekumpulan orang seperti kelompok kerja atau kelompok sosial, komunitas, peristiwa, proses, isu ataupun kampanye. (Daymon dan Holloway, 2002:162).

Fokus penelitian ini mengupayakan mengumpulkan data yang detail dan komprehensif terkait komunikasi organisasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata. Selanjutnya, data ini dilakukan analisis yang sesuai tataran konsep atau teori yang telah dibangun; dimana proses dalam komunikasi organisasi terdiri dari proses perumusan, pelaksanaan dan pengawasan dan pengawasan kebijakan promosi pariwisata Kabupaten Pemalang.

## **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Penelitian komunikasi organisasi dalam kebijakan promosi pariwisata ini mempunyai tujuan yang dimaksudkan oleh studi kasus. Fokus penelitian ini mengupayakan mengumpulkan data yang detail dan komprehensif terkait komunikasi organisasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata. Dari penelitian ini, dimaksudkan menjawab semua rumusan masalah yang dipaparkan pada bab sebelumnya, yaitu: dapat mendeskripsikan implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata; implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pelaksanaan

kebijakan promosi pariwisata; dan implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata.

Dalam landasan teori; Karl Weick mengungkapkan proses komunikasi dalam organisasi merupakan pijakan awal untuk memulai tahapan dalam berorganisasi. Teori ini mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan sebagai sebuah dasar bagi pengorganisasian manusia dan memberikan sebuah dasar pemikiran untuk memahami bagaimana manusia berorganisasi. (Littlejohn dan Foss, 2009:365). Teori ini diaplikasikan dalam perumusan kebijakan promosi pariwisata yaitu menganalisis proses atau susunan kerja komunikasi organisasi, proses memilah informasi serta siklus kerja dalam Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang. Pendekatan teori ini akan memilah pada aturan pokok kerja semisal Tupoksi kedinasan, mekanisme menyerap informasi serta tata aturan atau SOP kerja dalam pengolahan kebijakan promosi pariwisata.

Berpatokan pada James Taylor bahwa komunikasi organisasi dan kegiatan berorganisasi terjadi ketika ada interaksi seputar fokus masalah tertentu. Taylor menyebut proses ini dengan orientasi, bahwa orientasi berkomunikasi dalam organisasi pada sebuah tujuan umum (topik, isu, gagasan, tujuan) dan memaknai bersama tujuan tersebut. (Littlejohn dan Foss, 2009:367-368)

Dalam penelitian ini, teori ini diaplikasikan sebagai pendekatan menganalisis komunikasi organisasi dalam pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata dimana bertujuan untuk mencapai visi misi dan

rencana capaian bidang pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang. Orientasi tujuan dan pemahaman anggota unit-unit kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang mengenai konsep dan tujuan pembangunan pariwisata yang akan menentukan dimensi-dimensi komunikasi organisasi.

Sebuah program atau kebijakan pemerintah tentunya harus mendapat pengawasan dan evaluasi. Dalam pandangan kajian komunikasi organisasi seperti teori kendali organisasi dari Philip Tompkins dan George Cheney yaitu; cara-cara komunikasi organisasi membentuk kendali atas anggota (pegawai). Kendali tersebut dibentuk dalam empat model, yaitu; kendali sederhana (*simple control*); kendali teknis (*technical control*); birokrasi yang merupakan seperangkat prosedur atau aturan formal dalam organisasi; kendali konsertif (*concertive control*). (Littlejohn dan Foss, 2009:378)

Dalam penelitian ini, teori kontrol organisasi ini diterapkan menganalisis penerapan kontrol-kontrol yang berjalan pada aliran komunikasi organisasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang. Lewat penelitian ini, kebijakan promosi pariwisata Kabupaten Pemalang merupakan bagian model kontrol-kontrol dalam implementasi komunikasi organisasi. Sehingga, muaranya dapat disimpulkan Implementasi Komunikasi Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang tentang Pengawasan Kebijakan Promosi Pariwisata.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari analisa data hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut;

1. Secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang perumusan kebijakan promosi pariwisata sudah berjalan secara benar sesuai dengan petunjuk dan aturan main kedinasan. Namun, secara khusus pada perumusan kebijakan promosi pariwisata masih ada kelemahan yaitu kebergantungan sumber informasi pada aturan baku kedinasan seperti SOP, Perda serta Tupoksi dan hanya pada satu *gatekeeper* informasi (Kepala Dinas) dan minimnya upaya memanfaatkan media massa dan *stakeholder* pariwisata lokal sebagai referensi dan data untuk perumusan promosi.
2. Secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pelaksanaan kebijakan promosi pariwisata telah berjalan sesuai gambaran dari perumusan kebijakan promosi pariwisata. Namun, secara organisasional; kebijakan promosi pariwisata yang semestinya merupakan kebijakan jangka panjang dan berkelanjutan serta memungkinkan mengikutkan pihak ketiga berpartisipasi; masih belum tercapai termasuk keberadaan media massa. Keberadaan media massa justru kurang dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi murah dan berdaya jangkau luas. Liputan media massa terjadi bukan atas inisiatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya.

3. Secara prosedural implementasi komunikasi organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya tentang pengawasan kebijakan promosi pariwisata hanya menggunakan satu pointer kendali organisasi saja. Namun, secara organisasional; fungsi pengawasan implementasi kebijakan promosi pariwisata hanya disebutkan dalam bentuk rapat dan koordinasi sesuai kebutuhan; hanya standar ukuran kebutuhan untuk melakukan evaluasi tersebut justru belum ada. Hal ini yang menjadi ganjalan untuk mengatakan apakah implementasi kebijakan promosi pariwisata sudah berjalan secara efektif dan efisien, sebab penilaian dilakukan secara normatif sesuai tuntutan standar laporan.

### **Rekomendasi**

1. Praktis
  - a. Bagi khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pematang Jaya dapat meluaskan jaringan kerjasama kepada pihak ketiga dalam mengembangkan strategi promosi pariwisata.
  - b. Koordinasi antara pelaku pariwisata, selama ini persoalan promosi pariwisata di Kabupaten Pematang Jaya hanya mengandalkan anggaran dan program yang sudah ada saja. Padahal di beberapa wilayah tujuan wisata utama di Indonesia seperti Bali, Yogyakarta, Solo dan sebagainya; proses promosi dilakukan dengan kerjasama lintas sektoral dan menggandeng *stakeholder* pariwisata. Sehingga, Pemerintah Daerah Kabupaten Pematang Jaya diharapkan dapat melakukan hal serupa yaitu menggandeng pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan pariwisata

semisalnya Asosiasi Travel yaitu ASITA dan PHRI (Persatuan Hotel Republik Indonesia).

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Daymon, Christine dan Immy Holloway. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Penerjemah Cahya Wiratama. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2008. *Theories of Human Communication, Ninth Edition*. Penerjemah Mohammad Yusuf Hamdan. 2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press.

Shimp, Terence A.. 2002. *Advertising and Promotion: Supplemental Aspect of Intergrated Marketing Communications, 5th Ed*. Penerjemah Dwi Kartini Yahya. 2003. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran, Edisi Ke-5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

.

### Non Buku

Anonim. 2011. *Urun Rembug Pengembangan Pariwisata Pemalang*. Http: pemalangkab.go.id. Diakses pada hari Selasa tanggal 27 Oktober 2011 Pukul 07:30.