

## STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA EDUKASI SENI KAMPUNG DONGENG JOMBANG DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS

**Mita Alfiana Mustika Devi**

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

[Mitaalfiana.20026@mhs.unesa.ac.id](mailto:Mitaalfiana.20026@mhs.unesa.ac.id)

**Tatak Setiadi**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

[tataksetiadi@unesa.ac.id](mailto:tataksetiadi@unesa.ac.id)

### Abstrak

Kampung Dongeng atau yang biasa disebut (KaDo) menjadi salah satu wisata edukasi seni diantara destinasi wisata lain di Kabupaten Jombang yang menyediakan kegiatan-kegiatan berbeda satu dengan yang lain. Perlu adanya sebuah bentuk interaksi agar tujuan dan sasaran pemasaran dapat tercapai secara efektif dan efisien melalui komunikasi pemasaran. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi Komunikasi pemasaran yang dilakukan Kampung Dongeng Jombang dalam membangun brand awareness. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil penelitian ditemukan bahwa Kampung dongeng Jombang berfokus pada 5 aspek yaitu promosi melalui *publicity and public relations, Event and Experience, Personal Selling, Internet, dan Word of Mouth* dan *Product, price, people, Physical Evidance* yang menunjang promosi. Strategi Komunikasi Pemasaran untuk membangun brand awareness yang dilakukan Kampung Dongeng Kabupaten Jombang berhasil dilakukan dan membuat masyarakat dari Unware menjadi mulai mengenali dan sadar adanya wisata edukasi Kampung Dongeng Jombang.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran, Wisata Edukasi, *Brand Awareness*

### Absract

*Kampung Dongeng or what is usually called (KaDo) is one of the arts education tourism destinations among other tourist destinations in Jombang Regency which provides activities that are different from one another. There needs to be a form of interaction so that marketing goals and objectives can be achieved effectively and efficiently through marketing communications. The aim of the research is to find out the marketing communication strategy carried out by Kampung Dongeng Jombang in building brand awareness. The research uses descriptive qualitative methods with a case study approach. Data collection was carried out through in-depth interviews, observation, documentation and literature study. The research results found that the Kampung Dongeng Jombang focuses on 5 aspects, namely promotion through publicity and public relations, Event and Experience, Personal Selling, Internet, And Word of Mouth And Product, price, people, Physical Evidance which supports promotions. The Marketing Communication Strategy to build brand awareness carried out by Kampung Dongeng Jombang Regency was successful and made the people of Unware begin to recognize and be aware of the educational tourism of Kampung Dongeng Jombang.*

**Keyword :** Marketing communication, educational tours, brand awareness

## **PENDAHULUAN**

Provinsi Jawa timur meliputi 9 Kota dan 29 Kabupaten, satu diantaranya adalah Kabupaten Jombang. Jombang merupakan daerah bagian tengah di Jawa Timur, Kabupaten Jombang memiliki posisi yang sangat strategis, karena berada di persimpangan jalur lintas tengah (Jakarta-Purwokerto-Yogyakarta-Ngawi-Surabaya) dan Selatan Jawa seperti (Bandung-Yogyakarta-Surabaya), jalur Surabaya-Tulungagung, serta jalur Malang-Tuban (Mohamad basori dan Sudarti S ,2017). Kabupaten Jombang terletak tidak jauh dari Ibu Kota Provinsi Jawa Timur yaitu Surabaya dengan jarak 76 kilometer dan dapat ditempuh menggunakan semua moda transportasi darat. Kabupaten Jombang banyak menyimpan keindahan alam serta menawarkan berbagai jenis wisata yang sangat menarik seperti wisata Makam Gus Dur, Makam Wahab Hasbullah, Candi Ngrimbi, Goa Sigolo-golo, Kedung Cinet, Bale Tani Agrowisata, Kampung Djawi, dan lain sebagainya. Dari tahun ke tahun kunjungan wisata di Kabupaten Jombang terus mengalami kenaikan, seperti yang disampaikan oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata di tahun 2022 kunjungan wisata mencapai 1.476.053 dan ditahun 2023 naik menjadi 1.776.584 wisatawan (Jombangkab.go.id diakses pada 5 Juli 2024 pukul 12.17 WIB).

Melihat minat wisatawan yang semakin bertambah, Kabupaten Jombang saat ini terus melakukan pengembangan destinasi wisata, baik dalam wisata edukasi alam, seni

budaya, hingga religi. Di antara banyaknya industri yang berhubungan dengan pariwisata, wisata edukasi seni mendongeng telah mencuri perhatian sebagai salah satu wisata imajinatif yang mengedukasi dan memiliki potensi besar, seperti keberadaan wisata edukasi seni Kampung Dongeng Jombang. Kampung dongeng ialah suatu konsep wisata edukasi seni yang menawarkan berbagai kegiatan menarik dan interaktif untuk anak-anak seperti mendongeng, bermain peran, dan seni kriya (Aminullah, 2017). Kegiatan tersebut dirancang untuk membantu anak-anak belajar tentang budaya lokal, seni, dan nilai-nilai positif dengan metode yang menyenangkan dan mudah dipahami.

Kampung Dongeng atau yang biasa disebut (KaDo) menjadi salah satu wisata edukasi seni diantara destinasi wisata lain di Kabupaten Jombang yang menyediakan beberapa kegiatan berbeda satu dengan yang lain. Pertunjukan dongeng dan pelatihan mendongeng bagi pihak-pihak yang berminat adalah salah satu kegiatan yang ditawarkan oleh wisata edukasi seni Kampung Dongeng kepada para pengajar anak-anak. Sebuah gagasan dari Awam Prakoso pada tahun 2009 untuk menciptakan sebuah tim komunitas dengan tujuan memanfaatkan dongeng untuk mengajar anak-anak muda di seluruh Indonesia tentang kecerdasan dan moralitas, berujung pada terciptanya Kampung Dongeng dengan 200 lokasi di seluruh Indonesia (Hanan Hanifah, 2023). Salah satunya Kampung Dongeng didirikan di Kabupaten Jombang.

Kampung Dongeng Jombang saat ini berfokus menawarkan program reguler yang terdiri dari Pekan Ceria, Dongeng Keliling, Peduli Sesama, Safari Dongeng, dan Pelatihan Dongeng. Meskipun memiliki potensi menjadi wisata edukasi seni dongeng satu-satunya, Kampung Dongeng Jombang juga menghadapi persaingan ketat dengan berbagai wisata lain yang ada di Kabupaten Jombang. Saat ini di Kabupaten Jombang, Kampung Dongeng Jombang telah berhasil mencuri perhatian masyarakat dan menjadi pilihan berwisata yang dikunjungi untuk mengikuti program yang diadakan guna mengisi kegiatan di hari libur dan juga menggunakan Jasa yang ditawarkan Kampung Dongeng dikarenakan kegiatan yang diselenggarakan sangat edukatif, interaktif, dan ramah sehingga anak-anak dapat lebih produktif dan aktif berinteraksi satu dengan yang lain.

**Tabel 1.** Data Pengunjung Program Pekan Ceria

BULAN	TAHUN	
	2022	2023
Januari	50	58
Februari	44	-
Maret	46	-
April	-	-
Mei	-	46
Juni	35	52
Juli	40	40
Agustus	48	56
September	-	52
Oktober	38	56
November	-	44
Desember	40	52
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>456</b>

Dalam mempromosikan tempat wisata pendidikan, tidak cukup hanya dengan penawaran yang berkualitas. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa tidak peduli seberapa bagusnya suatu tempat, tidak ada orang yang akan melakukan kunjungan ke sana jika mereka tidak mengetahuinya. Oleh karena itu, untuk memenuhi tujuan dan sasaran pemasaran secara efektif dan efisien, harus ada semacam hubungan antara manajemen dan target pelanggan serta semua pemangku kepentingan. Bentuk interaksi ini sering disebut dengan Komunikasi Pemasaran. Strategi Komunikasi Pemasaran yang tepat akan membantu Kampung Dongeng Jombang dalam memasarkan produk jasa yang ditawarkan di tengah perkembangan wisata lain di Kabupaten Jombang.

Kampung Dongeng Jombang memakai beragam bentuk komunikasi pemasaran untuk melaksanakan promosi suatu produk dan mewujudkan tujuan yang diinginkan salah satunya yakni membentuk brand awareness agar konsumen dapat mengenali dan mengetahui adanya produk atau jasa yang ditawarkan. Brand awareness atau kesadaran merek adalah kemampuan seorang konsumen untuk mengenali (*recognize*) atau menyebutkan kembali (*recall*) sebuah merek yang ialah bagian dari suatu produk (Kotler Philip, 2008). Kesadaran merek ini penting karena mempengaruhi keputusan masyarakat dalam berkunjung dan dapat meningkatkan profit perusahaan. Masyarakat atau Wisatawan dikatakan memiliki brand awareness yang tinggi jika memenuhi beberapa hal seperti

seberapa tinggi kemampuan khalayak sasaran atau konsumen mampu mengenali dan mengingat suatu merek dari waktu ke waktu jika dihadapkan dengan merek serupa yang menawarkan produk atau layanan.

Bauran pemasaran yang baik tersusun atas beberapa bagian atau sarana yang bisa dimanfaatkan dalam mempengaruhi konsumen. Komunikasi Pemasaran memiliki fungsi yang krusial bagi Wisata edukasi seni baru seperti Kampung Dongeng Jombang yaitu melakukan pencitraan (image) terkait suatu merek atau brand yang ditawarkan . Komunikasi pemasaran juga berfungsi sebagai alat untuk membangun kesadaran konsumen terkait citra serta membantu pemasaran merek tersebut. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana strategi komunikasi pemasaran wisata edukasi seni kampung dongeng jombang dala membangun brand awareness.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu untuk dapat melukiskan serta menggambarkan dengan jelas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Edukasi Seni Kampung Dongeng Jombang dalam Membangun Brnad Awareness. Penelitian menggunakan metode penelitian studi kasus, pemilihan ini dikarenakan agar dapat menjabarkan temuan penelitian ini dengan lebih mendalam, sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan di

manfaatkan oleh sebuah perusahaan yang sejenis dengan baik. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, yaitu dimulai pada bulan Juni 2024 diakhiri pada bulan Agustus 2024. Hal ini supaya peneliti dapat berinteraksi dengan narasumber dan mengamati kegiatan yang dilakukan. Tempat penelitian ini yaitu pada Wisata Edukasi Seni Kampung Dongeng Jombang, Sambi Gelar, Pojok Kulon, Kec. Kesamben, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61484. Subjek dari penelitian ini yaitu, pendiri Kampung Dongeng Jombang, anggota Kampung Dongeng Jombang, humas DISKOMINFO Jombang, dan pengunjung Kampung Dongeng Jombang. Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Wawancara, Observasi, Dokumentasi, dan studi literatur. Penelitian ini menggunakan teknik analisi data triangulasi sumber.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Edukasi Seni Kampung Dongeng Jombang**

Kampung Dongeng merupakan wisata yang tergolong baru dan mempunyai potensi menjadi wisata edukatif pertama yang menawarkan pengalaman baru bagi anak-anak dengan menggunakan seni mendongeng di Kabupaten Jombang. Maka dari itu, Pengenalan tentang Kampung dongeng Jombang sangat dibutuhkan agar masyarakat mempunyai informasi lebih dalam tentang tujuan dari Kampung Dongeng Jombang sehingga masyarakat mulai *aware* dan mulai mempertimbangkan Kampung Dongeng sebagai suatu hiburan edukatif yang ramah dan bermanfaat bagi anak-anak. Maka dari itu

strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kampung Dongeng Jombang dalam memasarkan wisata edukasi seni yaitu melalui bauran pemasaran. Berikut ini penjelasan mengenai bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kampung Dongeng Jombang:

### **1. Strategi Door to Door**

Sebagai langkah awal dalam mengenalkan Kampung Dongeng Jombang, para anggota melakukan upaya Door to Door untuk menawarkan jasa. Personal selling sendiri merupakan improvisasi dari penjualan dengan menerapkan komunikasi a person to person communication dengan tujuan untuk mempresentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesananan.

### **2. Kampung Dongeng Jombang bersama Diskominfo melalui siaran Radio Suara Jombang**

Agar masyarakat dapat lebih mengenal dan mengetahui adanya kampung dongeng maka langkah yang dilakukan pihak Kampung Dongeng yakni melakukan kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Jombang melalui Dinas Kominfo dan Informatika Kabupaten Jombang. Kampung Dongeng diundang oleh Pihak Humas Diskominfo untuk mengenalkan lebih banyak tentang kampung dongeng lewat media penyiaran Radio Suara Jombang dan

Live Streaming Youtube di akun LPPL Radio Suara Jombang. Sesuai Kesepakatan dan kerjaama antara DISKOMINFO dan Kampung Dongeng Jombang, akhirnya program siaran Dunia Anak dibentuk, Dunia Anak merupakan program siaran diantara beberapa program talkshow interaktif yang dimiliki oleh Radio Suara Jombang. Untuk mempublikasi atau mempromosikan Program Dunia Anak, Humas Diskominfo membuat Poster yang bertema Dunia Anak dan di posting pada Platform media sosial instagram dan Whatsapp. Selama sesi siaran Para pendongeng akan menjelaskan tentang Seluk beluk Kampung Dongeng dan melakukan sesi tanya jawab dengan penyiar dan juga penonton Live Streaming. Selanjutnya, sesi diakhiri dengan Sebuah Dongeng yang dibawakan oleh pendongeng. Sebelum Program Dunia Anak mengudara, hal pertama yang dilakukan Diskominfo yaitu memposting poster pada dua hari sebelumnya.



Gambar 1. Kado bersama DISKOMINFO

### 3. Kampung Dongeng Jombang Bersama Media Lokal

Dalam mempublikasikan produk jasa yang ditawarkan serta dapat menjangkau pasar lebih luas, Kampung Dongeng Jombang bekerjasama dengan beberapa media lokal seperti Jawa Pos Radar Jombang, klikmu.com, dan The Jombang Taste. Dalam publikasi media massa elektronik menjelaskan apa saja manfaat dari mendongeng karena dongeng juga bisa menjadi media edukasi hingga bagaimana perjalanan karir kak zaki sampai bisa mendirikan Kampung Dongeng Jombang dengan keahlian yang berbekal suara hingga dapat menarik perhatian anak-anak di semua daerah yang tekah dikunjungi.



Gambar 2. Media Lokal

### 4. Strategi penyelenggaraan Pekan Ceria Kampung Dongeng

Pekan Ceria merupakan salah satu program yang ditawarkan di Kampung Dongeng Jombang. Cara Kampung Dongeng berpromosi yaitu menggunakan Program itu sendiri.

Pekan Ceria diselenggarakan di tempat umum yang strategis dan banyak dikunjungi oleh anak-anak, misalnya Taman Kota atau Desa sekitar di Daerah Kabupaten Jombang. Penyelenggaraan Pekan Ceria gratis ini biasanya diadakan satu hingga dua kali untuk merayakan hari nasional seperti Hari Anak Nasional. Kegiatan dilakukan dengan sesi mendongeng kemudian sesi kuis atau Ice Breaking yang biasanya digunakan untuk lebih dekat berinteraksi dengan anak-anak, sesi senam, pertunjukan Puppet, pertunjukan sulap dan di tutup dengan pemberian doorprize. Untuk mengumumkan diselenggarakannya pekan ceria gratis Kampung Dongeng Jombang akan membuat Poster menarik yang nantinya di posting di media sosial Kampung Dongeng dan Juga akun pribadi para pendongeng dengan tujuan agar yang ingin mengikuti kegiatan mengetahui lokasi, waktu, dan bisa menjangkau audien lebih luas.



Gambar 3. Program Pekan ceria

## 5. Strategi Menyelenggarakan Event bersama Yatim Mandiri

Yatim Mandiri merupakan sebuah perusahaan non profit dibidang amal zakat. Bersama kampung dongeng, Yatim Mandiri mengadakan acara Dongeng ke beberapa sekolah yang ada di Jombang yang diberi nama Safari Dongeng dengan tujuan untuk mengembangkan nilai-nilai sosial, dan membantu anak-anak yatim dhuafa untuk lebih bersemangat dalam menghadapi kehidupan kehidupan. Yatim mandiri sendiri telah bekerjasama dengan lembaga pendidikan untuk mensukseskan acara Safari Dongeng tersebut.



Gambar 4. Safari Dongeng

## 6. Menyelenggarakan Event Pelatihan Mendongeng untuk Anak-anak.

Untuk lebih mengenalkan dan menarik minat masyarakat kepada Kampung Dongeng, Kampung dongeng membuat promo event untuk pelatihan anak-anak “ Kelas Mendongeng Cilik “ dengan kuota terbatas pertama sebanyak 15 orang. Kelas mendongeng cilik bertarif

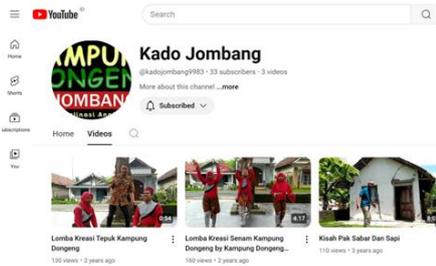
Rp300.000 dan sudah mendapatkan benefit berupa pelatihan dongeng sebanyak empat kali pertemuan setiap hari minggu, pin kampung Dongeng, buku cerita kak awam seperti 25 cerita Kampung Dongeng dan 20 Cerita Kak Awam, snack, dan akan tampil di panggung pekan ceria. Diadakannya “Kelas Mendongeng Cilik” bertujuan untuk memberikan pembelajaran dan upaya melestarikan seni mendongeng di anak-anak usia dini.

## 7. Kampung Dongeng melalui Media Sosial

Dalam melakukan promosi, Kampung Dongeng Jombang memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Kampung Dongeng Jombang mengelola media sosial untuk menginformasikan seluruh informasi, event, dan mengunggah beragam foto yang berhubungan dengan Kampung Dongeng Jombang.

### a. Youtube Kampung Dongeng Jombang

Membuat Konten Mendongeng di platform Youtube @Kado Jombang yang berisi beberapa video penampilan pentas menari dan mendongeng dari para pendongeng.



Gambar 5. Youtube Kado Jombang

b. Facebook Kampung Dongeng

Kampung Dongeng Jombang mempublikasikan acara dan jadwal kegiatan melalui Media sosial Facebook. Pada media Sosial Facebook Kampung Dongeng Jombang @Kampungdongeng mempublikasikan kegiatannya seperti peyelenggaraan program Pekan Ceria, Kampung Dongeng Keliling, Pelatihan Dongeng hingga berisi poster untuk jadwal Event selanjutnya dengan mentag akun facebook individu para pendongeng seperti @Zakaria Efendi . Kampung Dongeng mengunakan facebook untuk mengupload foto-foto berbagai kegiatan program. Postingan foto atau video akan diberi keterangan seperti waktu kunjungan dan ucapan terimakasih kepada pengunjung yang hadir untuk menyaksikan penampilan.

**8. Strategi Melalui Word Of Mouth (dari mulut ke mulut)**

Pengenalan Kampung Dongeng dari mulut ke mulut sangat membantu dan berperan besar. Word of mouth terjadi karena masyarakat atau pengunjung yang pernah merasakan pengalaman yang baik dan menghibur di Kampung dongeng melakukan review dan merekomendasikan kepada orang disekitarnya untuk mencoba karena Konsumen cenderung lebih lebih percaya rekomendasi dari seseorang yang dikenal. Seperti data yang telah diperoleh melalui wawancara yang dilakukan kepada pengunjung.

**9. Para pendongeng profesional yang ahli**

People ialah dumber daya manusia atau pegawai yang ada di Kampung Dongeng dalam penyampaian jasa kepada para wisatawan. Karyawan atau anggota wajib mempunyai kemampuan dalam pelayanan secara baik, ramah, dan kesetiaan terhadap kampung dongeng yang nantinya dapat membantu meningkatkan nama baik Kampung Dongeng Jombang. Kampung Dongeng Jombang memiliki 7 anggota pendongeng. yang masing masing dapat menjadi penghubung dengan wisatawan atau calon wisatawan yang tertarik dengan Kampung Dongeng. Staf Kampung Dongeng di setiap kegiatan bisa membangun hubungan yang baik dengan pengunjung, hubungan tersebut

dibentuk dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung. Staff yang tergabung berpendidikan Sarjana dan rata-rata telah mempunyai pengalaman mengajar di lembaga pendidikan. hal yang paling penting dalam perekrutan staff yaitu memiliki ketertarikan dan senang dengan dunia anak. Karyawan harus memiliki skill untuk mudah beradaptasi dan dekat dengan anak-anak, bisa membina hubungan yang baik antara internal (sesama karyawan kampung dongeng jombang) eksternal (pengunjung), dan yang paling utama yaitu memiliki kepribadian yang baik, dalam artian sebelum memberikan contoh yang baik kepada anak-anak, maka hal baik tersebut harus berasal dari diri sendiri contohnya bagi karyawan laki-laki tidak diperbolehkan merokok dan taat saat mereka melakukan ibadah, begitu juga bagi karyawan perempuan.

#### **10. Peralatan yang Mendukung Nuansa Dunia Anak-anak**

Pedongeng memakai kostum yang menarik sesuai dengan Jobdesk yang telah di bagi, seperti pendongeng yang memiliki keahlian berpantomim maka pakaian yang dipakai akan sesuai, boneka tangan, boneka tangan digunakan untuk lebih mendukung penyampaian cerita agar lebih menarik dengan penambahan dialog dengan

boneka yang seakan-akan bisa berbicara, suara pedongeng yang bisa menirukan berbagai macam bunyi seperti Air, Angin, Gemuruh, langkah kaki, dan juga suara-suara binatang menambah keunikan dan keseruan selama menyampaikan dongeng. Sound system juga digunakan untuk memeriahkan dongeng yang diisi dengan musik-musik atau biasa disebut dengan dongeng musikal, dan berbagai alat permainan tradisional seperti egrang, bakiak, dan lain-lain.



Gambar 6. permainan Puppet

#### **PEMBAHASAN**

Kampung Dongeng Jombang memiliki 5 aspek yang menonjol yang dilakukan dan menjadi Strategi Komunikasi pemasaran yaitu Promosi yang didukung dengan strategi pemasaran dari Product, Price, Physical Evidance, dan People. Dalam strategi produk, Kampung Dongeng Jombang merupakan wisata edukasi yang menawarkan produk berupa jasa melalui seni dongeng. Diantara beberapa wisata edukasi di Kabupaten Jombang, Kampung Dongeng menjadi satu

satunya Wisata edukasi seni melalui mendongeng.

Kampung Dongeng Jombang telah berhasil menciptakan merek yang membedakan ciri dan menonjolkan produk daripada wisata edukasi lainnya di Kabupaten Jombang lewat jenis cerita yang di dongengkan. Cerita yang diangkat oleh pendongeng Kampung Dongeng Jombang sebagian besar yaitu mengangkat cerita agamis seperti, Dongeng tentang keutamaan sholat, pentingnya berzakat dan bersedekah, menghormati orang yang lebih tua, keutamaan sholat berjamaah, manfaat berpuasa, dan masih banyak lainnya. Dalam melakukan Promosi, Kampung Dongeng Jombang memiliki beberapa cara yaitu Bekerjasama dengan pemerintahan Kabupaten Jombang melalui DISKOMINFO dan media lokal untuk menjangkau pasar agar lebih luas. Mengadakan Pekan Ceria di luar Kampung Dongeng yang mengundang masyarakat dan bekerjasama dengan pemerintah desa. Dan penjualan personal selling untuk lebih mengenalkan dan langsung menawarkan produk jasa yang ditawarkan.

Penelitian terdahulu yang pernah diteliti oleh Aji Bayu (2017) dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Gunung api Merapi dan Museum Affandi Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Dari hasil penelitian tersebut Gunungapi Merapi melakukan pubisitas dengan dibantu oleh Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, dan Dinas Pendidikan sangat menguntungkan Museum Gunungapi Merapi

karena melalui kerjasama dengan pemerintah museum bisa menyampaikan informasi tentang keunggulan koleksi dan membentuk image yang baik kepada masyarakat. Selain melaukan publicity, penelitian yang dilakukan Aji Bayu (2017) public relation juga dilkaukan sebagai promosi dalam memaarkan objek wisata di Yogyakarta. Penggunaan Public Relation menjadi bentuk promosi yang bisa diterakan untuk mempengaruhi, membuat image yang baik dan menjalin Hubungan dengan masyarakat secara baik. Hasilnya masyarakat akan ikut mempromosikan ke masyarakat yang lain. Komunikasi pemasaran memiliki peran yang penting dalam membangun kesadaran konsumen terkait citra merek serta membantu pemasaran merek tersebut. Kesadaran konsumen terkait produk atau jasa yang ditawarkan suatu brand inilah yang disebut dengan brand awareness.

Strategi Komunikasi Pemasaran Kampung Dongeng Jombang telah berhasil mempengaruhi kesadaran dan persepsi masyarakat. Pada tahap brand awareness Kampung Dongeng Jombang mencoba membuat konsumen sadar terhadap merek melalui nama brand dan logo, cerita dongeng yang dibawakan, serta melalui media sosial facebook dengan akun @kampungdongeng dan akun Facebook para pedongeng. Pada level brand recognition, perusahaan mencoba memberikan stimulus melalui berbagai macam program yang ditawarkan, manfaat yang diterima, keunikan produk jasa melalui cerita dongeng, harga yang terjangkau, serta hospitality atau keramah tamahan bagi

pengunjung. Terdiri dari beberapa orang profesional pendongeng yang telah lama berkecimpung di dunia anak menjadi identitas yang mudah diingat oleh pengunjung atau konsumen dalam membangun brand awareness. Hal tersebut yang membedakan dengan beberapa wisata edukasi lainnya di Kabupaten Jombang.

Kampung Dongeng Jombang juga membangun kesadaran merek melalui Logo yang mudah diingat dan pengalaman dari para pedongeng yang telah bergelut di dunia anak dan telah belajar selama beberapa tahun untuk teknik mendongeng. Hal ini di buktikan dengan bertambahnya pengunjung di setiap penyelenggaraan program pekan ceria tiap bulannya. Penambahan jumlah pengunjung sebesar 33% pertahun semakin terlihat diantara tahun 2022, 2023, hingga di tahun 2024 dimana para pengunjung semakin bertambah dan pengunjung pekan ceria berasal dari berbagai daerah di Kabupaten Jombang. mulai dikenalnya Kampung Dongeng Jombang di luar daerah seperti Madiun dan Kediri. Dan hampir seluruh lembaga pendidikan yang ada di Kabupaten Jombang memilih kampung dongeng jombang sebagai pilihan hiburan yang bisa dinikmati oleh semua siswa.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kampung Dongeng Jombang yang dikeolah oleh para pedongeng dalam membangun Brand Awareness dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran

7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidance) lebih berfokus pada lima bauran pemasaran yaitu, Promotion, Product, Price, People, dan Physical evidance. Promosi yang digunakan untuk mengenalkan Kampung dongeng dan membangun kesadaran merek masyarakat adalah Publicity dan Public Relation, Personal selling, Event and Experience, Internet, dan Word of Mouth. Selain berfokus pada promosi, Kampung Dongeng Jombang juga mempunyai bauran pemasaran dalam menunjang melakukan promosi. Seperti Product, Price, People, dan Physical Evidance.

Kampung Dongeng Jombang berhasil dalam membangun brand awareness. Masyarakat yang sebelumnya unware terhadap wisata edukasi Kampung Dongeng Jombang, saat ini sudah mencapai tahap Brand Recognize. Hal tersebut dibuktikan dengan bertambahnya pengunjung pekan ceria setiap bulannya, banyaknya lembaga pendidikan yang menggunakan program dongeng keliling untuk mengisi acara terlebih pada peringatan hari islam yang bisa mencapai 10 penampilan di setiap minggunya, Hingga Kado Jombang berhasil bekerjasama dengan teh sisri dalam program Road show di beberapa sekolah yang ada di Jawa Timur.

### **Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk Kampung Dongeng Jombang kedepannya yang saat ini memiliki banyak

peminat dari masyarakat yakni Kampung Dongeng Jombat dapat memanfaatkan internet melalui media sosial dengan baik seperti lebih mempublikasikan program yang ditawarkan tidak hanya melalui Youtube, Facebook dan instagram tetapi juga melalui instagram, tiktok, hingga X. Penambahan pembuatan konten yang lebih menarik dengan penambahan animasi, dan berinovasi dalam penambahan program yang ditawarkan seperti pengadaan program outbond atau belajar di alam bersama Kampung Dongeng Jombang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aminullah, Y., & Hadi, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kampung Dongeng Batu*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 46(2), 25-33.
- Aji Bayu Murti. 2017. "Strategi Komunikasi Pemasaran Museum Gunungapi Merapi dan Museum Affandi Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung" *Ilmu Komunikasi* 1-148.
- Basori, M., & Sudarti, S. (2017). *Analisis Sektor Ekonomi Unggulan Kabupaten Jombang Tahun 2011-2015*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(4), 430-440.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran (Issue July)*. *Pasuruan: Qiara Media*.
- Gorda, A. N. E. S., Anggreswari, N. P. Y., & Parasari, N. S. M. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness Terhadap Bagus Agro Plaga Resort*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(2), 245-260.
- Hanan, H. (2023). *Program "Pekan Ceria" sebagai Upaya Pemasaran Wisata Edukasi Seni di Kampung Dongeng Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Hariyanto, O. I., Andriani, R., & Kristiutami, Y. P. (2018). *Pengembangan Kampung Tulip Sebagai wisata edukasi di Bandung*. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Kotler, P. (2008). *Social marketing: Influencing behaviors for good*. Sage Publications Ltd.
- Raharjo, D. A. L., Martha, L. P., & Adinugroho, P. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Agrowisata Taman Kupu-Kupu Sinarwangi Park Land Bogor Dalam Membentuk Brand Awareness*. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 3(2), 166-176.
- Rangkuty, Freddy. 1999. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanti, A. (2019). *Strategi pengembangan pariwisata edukasi di kota Yogyakarta*. Deepublish.