

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA LOMBOK TENGAH  
DALAM  
MENARIK MINAT CALON WISATAWAN DESA WISATA SADE  
TAHUN 2016-2017**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**LALU AGUS MUNANDAR**

**20120530229**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## PERSEMBAHAN

Dengan asma Allah SWT dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulisan ini untuk:

- ❖ Kedua Orang tuaku tercinta, yang telah merawatku sedari kecil hingga saat ini :
  1. H. Lalu Alfian
  2. HJ. Baiq salmawati
- ❖ Ketiga saudaraku tercinta :
  1. Baiq. Harianti
  2. Lalu. Abdurrahman
- ❖ Teman-teman seperjuangan.
- ❖ Almamaterku FISIPOL IK UMY atas pengalaman dan kreatifitas yang sangat berharga untuk bekal masa depanku, pengalaman yang akan jadi guru terbaikku, tak lupa jua kepada SAHABAT PROSELETEZER yang banyak mengalami susah senang bersama, FKML DIY yang selalu ada dan memberikan motivasi untuk saya hingga bisa menyelesaikan tugas ahir ini.

## HALAMAN MOTTO

*“Hidup untuk Maha hidup maka hidupilah yang hidup karena Hakikat kehidupan adalah perjuangan”.*

(Lalu Agus Munandar)

*“jadilah manusia yang bersih baik dari perbuatan maupun pikiran karena kebersihan itu mencerminkan diri kita sendiri”.*

(Baba Firdaus)

*“Barang siapa berani memaksa diri untuk bisa dan berusaha mustahil takan berhasil.”*

(Drs,KH, Muhammad Maksun Yusuf)

*“jika terjadi suatu bencana dalam hidup in,i jangan sekali kali engkau meyalahkan tuhanmu, tapi merenunglah akan salah yang telah kita Perbuat, sehingga tuhan begitu murka dan memberikan begitu bayak cobaan.”*

(Suara Gempa Lombok 07-08-2018)

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Ilahi Rabbi penguasa alam atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan tanpa hambatan yang berarti. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing dan membawa manusia menuju jalan yang diridhai Allah SWT.

Penyusun Skripsi ini mengambil judul: **“STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KBT LOMBOK TENGAH DALAM MENARIK MINAT CALON WISATAWAN DESA WISATA SADE TAHUN 2016-2017”**.

Usaha yang maksimal dan kemampuan yang optimal dengan berbagai dukungan kami padukan dalam penyusunan skripsi ini dalam rangka mencapai derajat sarjana S-1 program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kemandirian dalam penyusunan skripsi ini dengan menyadarkan pada kemampuan diri pribadi yang sangat minim tidak akan mungkin dapat terwujud tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang tak terhingga kami haturkan setulusnya kepada:

1. Dr. Suciati, M.Sos, M.Si, selaku Dosen pembimbing skripsiku dan selaku Dosen yang paling aku cintai dan aku hormati. Terimakasih atas bimbingannya, yang telah banyak membantu dalam memberikan ide-ide bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Selalu tetap muda mendunia.
2. Ayu Amalia, Sos, M. Si, saya ucapkan terimakasih atas kesediannya sebagai penguji skripsi dan telah banyak memberikan masukan-masukan untuk perbaikan tugas akhir ini.
3. Erwan Sudiwijaya, S. Sos, MBA, dan saya juga ucapkan terimakasih atas kesediannya sebagai penguji skripsi dan telah banyak memberikan masukan-masukan untuk perbaikan tugas akhir ini

4. Lalu Muhammad Zulfa MT, selaku Ketua Umum promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kbt Lombok Tengah.
5. Seluruh Dosen dan Staf di jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah memberikan hal yang terbaik untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya kepada penulis.

Sungguh, penyusun yakin belumlah seimbang atas segala bantuan dari semua pihak hanya dengan ucapan terima kasih, karenanya hanya Allah SWT sajalah kami panjatkan do'a semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, mendapatkan balasan yang pantas dan berlipat ganda dari Allah SWT. Amin ya rabbal'alamin.

Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, telah penyusun sadari, oleh karena itu saran, bimbingan, pengarahan, dan kritik yang bertujuan untuk kesempurnaan skripsi ini sangat diharapkan. Akhirnya, hanya karya yang dapat penyusun persembahkan dan semoga dapat bermanfaat bagi siapapun yang memerlukannya.

Yogyakarta, \_\_\_\_\_ April 2018  
Penyusun

Lalu Agus Munandar  
NIM: 20120530229

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PEYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
MOTO .....	v
KATA PENGANTER .....	vi
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTARAK .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
D. Landasan Teori.....	7
1. Promosi Pariwisata .....	7
2. Strategi Promosi .....	8
3. Alat Promosi Pariwisata .....	14
4. Evaluasi Promosi .....	23
E. Penelitian Terdahulu .....	25
F. Metode Penelitian .....	27
1. Jenis Penelitian .....	27
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	27
3. Jenis Data .....	28
4. Teknik Pengumpulan Data .....	39
5. Informan Penelitian .....	30
6. Analisis Data .....	32
7. Uji Validitas .....	34

## BAB II GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA LOMBOK TENGAH DAN DESA SADE

A. Profil Wilayah Lombok Tengah .....	36
1. Kondisi Umum Kepariwisataaan Lombok Tengah .....	38
2. Visi dan Misi Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah .....	39
B. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah ..	39
1. Kepala Dinas .....	40
2. Sekertasis Dinas .....	42
3. Bidang Kebudayaan .....	43
4. Bidang Pengembangan Pariwisata .....	45
5. Bidang Sumber Daya .....	46
6. Bidang Pemasaran.....	48
7. Pariwisata Budaya .....	49
C. Desa Sade .....	51
1. Demografi Penduduk .....	51
2. Kearifan Lokal .....	52
3. Musik dan Tari .....	55
4. Hasil Kerajinan .....	57

## BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data .....	59
1. Mengidentifikasi audience sasaran .....	60
2. Menentukan tujuan komunikasi .....	62
3. Merancang pesan .....	63
4. Menyeleksi saluran komunikasi .....	65
5. Menentukan jumlah anggaran promosi .....	70
6. Menentukan bauran promosi .....	70
7. Mengukur hasil-hasil promosi .....	77
8. Mengelola dan mengoordinasi proses komunikasi .....	78
B. Pembahasan .....	80
1. Mengidentifikasi pasar yang dituju .....	82
2. Menentukan tujuan komunikasi .....	84

3. Merancang pesan .....	86
4. Menyeleksi saluran komunikasi .....	89
5. Menentukan jumlah anggaran promosi .....	92
6. Menentukan bauran promosi .....	95
7. Mengukur hasil-hasil promosi .....	98
8. Mengatur dan mengelola komunikasi yang terintegrasi .....	100
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>PEDOMAN WAWANCARA</b>	



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Target dan Capaian Jumlah Pengunjung Desa Wisata Dusun Sade Tahun 2012-2016 .....	3
Tabel 1.2. Jenis Media Promosi yang Digunakan untuk Mempromosikan Desa Wisata Dusun Sade Tahun 2012-2016 .....	4

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Analisis Data Kualitatif menurut Miles dan Huberman .....	34
Gambar 2.1. Peta Kab. Lombok Tengah .....	36
Gambar 2.2. Komunitas Desa Sade .....	51
Gambar 2.3. Lumbung Pare .....	52
Gambar 2.4. Bagian Dalam Rumah di Desa Sade .....	53
Gambar 2.5. Tari Gendang Beleq .....	55
Gambar 2.6. Tari Peresean .....	56
Gambar 2.7. Kerajinan Menenun .....	57
Gambar 2.8. Peralatan Pemintalan Kapas di Desa Sade .....	58
Gambar 3.1. Guide Tour Desa Wisata Sade .....	67
Gambar 3.2. My Trip My Adventure Pesona Pulau Lombok .....	69
Gambar 3.3. Website Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah.....	71
Gambar 3.4. Baliho Event-Event Dinas Pariwisata .....	72
Gambar 3.5. Miniatur Bangunan Desa Sade .....	73
Gambar 3.6. Leaflet Dinas Pariwisata Lombok Tengah .....	74
Gambar 3.7. Festival Pesona Bau Nyale .....	75
Gambar 3.8. Festival Pesona Pesona Begawe Nyesek .....	76
Gambar 3.9. Hari Ulang Tahun Lombok Tengah .....	76
Gambar 3.10. Event Roah Segare .....	77

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Menarik Minat Calon Wisatawan Desa Wisata Sade Tahun 2016-2017

Tahun Skripsi: 2018 + 106 Halaman + 18 Gambar + 3 Tabel

Daftar Pustaka: 27 buku + 3 Jurnal + 5 internet

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi Promosi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam Menarik Minat Calon Wisatawan Desa Wisata Sade Tahun 2016-2017. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan promosi wisata Desa Sade.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan promosi wisata Desa Sade.

Hasil penelitian menunjukkan Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade belum melakukan penelaahan terhadap karakter wisatawan dan membuat data mengenai hal tersebut. Dinas Pariwisata Lombok Tengah belum menggunakan media promosi berskala nasional bahkan internasional untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Material promosi yang digunakan hanya sebatas advertising dan *sales support*. Wisatawan tidak mengetahui bentuk promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah.

**Kata Kunci: Strategi, Promosi, Desa Wisata**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Department of Communication Science**

**Concentration Public Relation**

Promotion Strategy of Central Lombok Government Tourism Office to Attract the Interest of Potential Tourist in the Sade Tourism Village at 2016-2017

Thesis year : 2018 + 106 pages + 18 pictures + 3 Tables

Bibliography : 27 books + 3 journal + 5 internet

This study aims to find out the promotion strategy of Central Lombok Tourism Office in Attracting Interests of Sade Tourism Tourist Candidates in 2016-2017. The research method used is descriptive and analyzed qualitatively. Data sources are obtained through interviews with informants, as well as relevant documents related to the promotion of Sade Village tourism

The research method used in this research is descriptive and analyzed qualitatively. the source of data in this study was obtained by interviewing the informants also from relevant documents related to sade village tourist promotion.

The results of the study showed that the Central Lombok Regency Tourism Office in promoting Sade Village had not conducted a review of the character of tourists and made data about it. The Central Lombok Tourism Office has not used national or even international promotional media to reach a wider target market. Promotional material used is limited to advertising and *sales support*. Tourists do not know the form of promotion carried out by the Central Lombok Tourism Office.

**Key word : Strategy, Promotion, Tourism Village**