

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA  
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG  
EVENT “JOGJAVAGANZA”**

**SKRIPSI**

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

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh**

**UMAR SYARIF ALHADAR**

**20140530199**

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

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Umar Syarif Alhadar

No. Mahasiswa : 20140530199

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi Komunikasi Komunikasi Pemasaran Dinas  
Pariwisata Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah  
Pengunjung *Event* Jogjavaganza.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 26 Desember 2018

Umar Syarif Alhadar

## **Motto**

**“Setiap Manusia Memiliki Keunikan. Manfaatkanlah Keunikan Itu Sebagai  
Modal Untuk Berkarya”**

**My Success Is Only By Allah**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Karya tulis ini ku persembahkan untuk :**

1. Abi saya tercinta Mochsin Alhadar, Terimakasih atas semua dukungan, doa, kasih sayangnya, serta kesabarannya sehingga saya bisa menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Umi saya tercinta Fatma Albaar, Terimakasih untuk semua yang telah di berikan, kasih sayang, ilmu, nasihat dan masih banyak yang tidak bisa di sebut. Berkat semua itu saya bisa menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di UMY.
3. Kaka pertama saya Nabila, yang tidak pernah menyerah dalam urusannya untuk bekerja, berbisnis, yang membuat saya termotivasi untuk tidak pernah menyerah dan berusaha untuk melakukan suatu hal. Semoga sehat terus dan sukses slealu.
4. Kakak kedua saya Aisyah, terima kasih untuk semua saran masukan untuk saya dalam melaksanakan perkuliahan. Semoga sehat terus dan sukses selalu.
5. Kaka ketiga saya Hasyim, salah satu panutan saya untuk berkuliah yang juga selalu menasehati dan memberikan masukan-masukan. Semoga sehat terus dan sukses selalu.
6. Kedua ponakan saya yang paling lucu Nafeeza dan Hasan, yang membuat saya bersemangat untuk menyelesaikan kuliah supaya bisa pulang dan bertemu mereka.

7. Semua keluarga saya yang luar biasa, terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan. Semoga sehat selalu.
8. Teman-teman IPA 4 yang kuliah di Jogja, terima kasih telah menemani saya kemana-mana, menyemangati, nasehat, semoga kalian sukses ke depannya.
9. Teman-teman kelas E Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2014.
10. Dan untuk yang pernah membantu saya baik dari segi materi maupun fisik yang tidak bisa disebutkan satu per satu karena banyak, semoga Allah membalas kebaikan kalian.

Yogyakarta, 26 Desember 2018

Umar Syarif Alhadar

## Kata Pengantar

*Bismillahirrahmannirrahim*, Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya yang dikaruniakan kepada saya. Shalawat serta salam juga saya panjatkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan segala petunjuk untuk umatnya. Dimana pada pelaksanaan tugas akhir kuliah atau skripsi ini bisa diselesaikan oleh penulis dengan tepat waktu.

Dalam mengerjakan skripsi ini tidak lepas dari kendala yang penulis temui dalam prosesnya, tetapi proses itulah yang memberikan penulis jadikan pelajaran dan pengalaman untuk menjadi lebih baik ke depannya. Seperti halnya dalam pengerjaan tugas akhir ini yang berjudul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada *Event Jogjavaganza*”, guna untuk mencapai gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, ada kesulitan, hambatan, rintangan, baik dari segi waktu, materi, maupun perasaan. Tetapi berkat usaha dan ijin Allah SWT, serta dorongan dari orang – orang yang ingin melihat saya mencapai kesuksesan maka terselesaikanlah tugas akhir ini. Maka dari itu perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai. Mochsin Alhaddar dan Fatma Albaar, atas segala doa, motivasi, dukungan, perhatian, dan kasih sayangnya demi keberhasilan penulis.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bapak Dr.Ir. Gunawan Budiyanto, M.P.
3. Bapak Haryadi Arief Nuut Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua prodi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Pembimbing saya ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM.,Ph.D yang telah banyak membantu memberikan bimbingan, motivasi,koreksi, dan juga dukungan kepada penulis mulai awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji 1 yang berkenaan memberikan kritik serta saran kepada saya dalam penulisan skripsi ini dan Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji 2 yang memberikan masukan-masukan kepada saya
6. Untuk semua dosen ilmu komunikasi UMY baik yang pernah mengajar kepada saya maupun tidak, terimakasih atas ilmu yang diberikan, semoga kedepannya berfmanfaat untuk saya dan orang lain.
7. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang telah bersedia menjadi objek penelitian saya serta memberikan informasi yang saya butuhkan.
8. Teman - teman ilmu komunikasi 2014 yang baik dan selalu kompak.
9. Teman – teman kelas E yang luar biasa asiknya.
10. Teman - teman KKN 127 yang terbaik.

Dan seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas segala bantuan dukungan dan doa kepada saya dengan pahala yang berlimpah. Amin Ya Rabbal Alamin.

Yogyakarta, 26 Desember 2018

Umar Syarif Alhadar

## Daftar Isi

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Landasan Teori.....	11
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Media Baru Dalam Komunikasi Pemasaran.....	20
3. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	23
4. <i>Event</i> .....	25
F. Metode Penelitian .....	30
G. Sistematika Penulisan .....	36



<b>BAB 2. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	37
A. Sejarah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta .....	37
B. <i>Event</i> Jogjavaganza .....	44
<b>BAB 3. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	46
A. Sajian Data .....	47
1. Tahapan – tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. ....	47
2. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta .....	55
3. Evaluasi.....	81
4. Faktor Pendukung dan Penghambat .....	82
B. Pembahasan .....	86
1. Tahapan – tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta .....	87
2. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta .....	91
3. Faktor Pendukung dan Penghambat .....	110
<b>BAB 4. PENUTUP</b> .....	112
A. Kesimpulan .....	112
B. Saran.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	116
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung <i>Event</i> .....	3
Tabel 2.1 Sejarah bangunan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	38
Tabel 2.2 Tujuan, Sasaran, Program & Kegiatan Kegiatan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	43
Tabel 2.3 kegiatan di dalam <i>event</i> Jogjavaganza.....	44
Tabel 3.1 Jumlah Pengunjung <i>Website</i> Resmi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	69
Tabel 3.2 Isi postingan Instagram Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta selama promosi <i>event</i> Jogjavaganza.....	73
Tabel 3.3 Isi postingan Facebook Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta selama melakukan promosi <i>event</i> Jogjavaganza.....	77
Tabel 3.4 Isi postingan Twitter Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta selama melakukan promosi <i>event</i> Jogjavaganza.....	79
Tabel 3.5. Presntase Media <i>Online</i> Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Kegiatan Jogja Fun Night Run.....	4
Gambar 1.2 : Kegiatan Table Top di Hotel Harper.....	4
Gambar 1.3 : Logo <i>event</i> .....	6
Gambar 1.4 : Model Komunikasi Pemasaran.....	12
Gambar 2.1 : Logo Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	38
Gambar 2.2 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	41
Gambar 3.1 : Iklan Jogjavaganza di JogjaTv.....	57
Gambar 3.2 : Iklan melalui Radio SonoraFM Yogyakarta.....	58
Gambar 3.3 : Iklan Jogjavaganza di koran TribunJogja.....	59
Gambar 3.4 : Brosur kegiatan Jogjavaganza.....	60
Gambar 3.5 : Kegiatan Jogja Fun Night Run dan Jogja Fun Healtly.....	63
Gambar 3.6 : <i>website</i> Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	66
Gambar 3.7 : publikasi media online di TribunJogja.....	70
Gambar 3.8 : Official Account Instagram Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta....	71
Gambar 3.9 : Official Account Facebook Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta....	74
Gambar 3.10 : Twitter Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	78
Gambar 3.11 . Respon Khalayak Di Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	101