

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KULON PROGO YOGYAKARTA DALAM
MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN WISATAWAN MELALUI INSTAGRAM
@DINPARKULONPROGO TAHUN 2017**

*Promotion Strategy Kulon Progo Yogyakarta Tourism Office in Improving Consumer Interests
Travelers Through Instagram @dinparkulonprogo Year 2017*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun Oleh :

Ulfah Amalia Anggraeni

20150530093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ulfah Amalia Anggraeni

NIM : 20150530093

Program Studi : Ilmu Komunikasi UMY

Konsentrasi : Advertising

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menerangkan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 17 Juli 2019

Penulis,

Ulfah Amalia Anggraeni

MOTTO

**HARGAILAH WAKTU, KARENA
WAKTU TIDAK BISA DI BELI**

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Terimakasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam penulisan ini.
- Terimakasih kepada Junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan teladan sehingga semua umat Muslim berbondong-bondong mengikuti jejakmu.
- Terimakasih kepada Bapak untuk dukungan yang tak terhingga. Terimakasih sebanyak-banyaknya, Skripsi ini saya persembahkan kepada bapak Dadang.
- Terimakasih Ibunda terkasih atas semangat dan doa yang selalu diberikan, Skripsi ini saya persembahkan kepada mama ku tercinta Tri Eni Astuti.
- Terimakasih juga kepada kakakku Muhammad Agung Saputra dan mbak ku Yeni Fitriah dan Anistika
- Terimakasih kepada keluarga bulek Atik yang sudah sedia menampung semua keluh kesah ku dan selalu memberi semangat dan doa
- Terimakasih kepada teman hidup saya insyaallah Gilang Arsana yang sudah setia menemani dan menyemangati selalu
- Terimakasih kepada sahabat terbaik ku Nadia Astirani Devi, Diensa Btari Lolita Pramesti, Elsi Yulianti dan Astari Wulan Oktavia.
- Terimakasih kepada sahabat sekaligus keluarga Citra Noviasari, Novia Restia Anitasari, Yulianti dan Fajar Nur Ikhsan
- Terimakasih Teman main Eni Ernawati, Erikadamayanti,
- Terimakasih kepada kucing-kucing saya yang selalu setia menemani Miguel, Manis, Moly dan Blacky
- Terimakasih kepada semua Dosen Ilmu Komunikasi dan Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti.
- Terimakasih teman-teman Ilmu Komunikasi 2015.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Kajian Teori	10
1. Strategi Promosi	10
2. Instagram	17
3. Promosi Pariwisata	20
F. Metode Penelitian	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Informan Penelitian	23
3. Teknik Pengambilan Data.....	24
4. Teknik Analisis Data.....	25
5. Validitas Data	28

BAB II GAMBARAN UMUM DINAS PARIWISATA KULON PROGO	29
A. Sejarah Dinas Pariwisata Kulon Progo	29
B. Alamat Dinas Pariwisata Kulon Progo	31
C. Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata Kulon Progo	31
D. Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kulon Progo	32
E. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kulon Progo	33
F. Seksi Promosi Dinas Pariwisata Kulon Progo	33
G. Pelaksanaan Kegiatan Promosi Wisata	35
 BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	 42
A. SAJIAN DATA	42
1. Perencanaan Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kulon Progo	43
a. Mengidentifikasi Target Audiens	44
b. Menentukan Tujuan Promosi	45
c. Perencanaan Pesan	46
d. Menetapkan Anggaran	48
e. Saluran Komunikasi Promosi	49
f. Merancang Penjadwalan Waktu Promosi	50
2. Pelaksanaan Strategi Promosi Melalui Media Instagram	51
a. Postingan Pertama	54
b. Postingan Kedua	56
c. Postingan Ketiga	57
d. Postingan Keempat	58
e. Postingan Kelima	60
f. Postingan Keenam	61
g. Postingan Ketujuh	62
3. Tahapan Evaluasi	63
B. PEMBAHASAN	64
1. Proses Perencanaan Strategi Promosi	65
a. Mengidentifikasi Target Audiens	66

b. Menentukan Tujuan Promosi	68
c. Perencanaan Pesan	69
d. Menetapkan Anggaran.....	70
e. Saluran Komunikasi Promosi	70
f. Merancang Penjadwalan Waktu Promosi	71
2. Pelaksanaan Strategi Promosi Melalui Media Instagram.....	72
a. Menyusun Profil Instagram	72
b. Promosi pada Instagram Agar Menarik Minat Beli	74
3. Tahapan Evaluasi	77
BAB IV PENUTUP	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	