

**STRATEGI PROMOSI ONLINE WISATA ALAM KALIBIRU MELALUI
INSTAGRAM PADA TAHUN 2015-2018 DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**



Disusun Oleh:

AULIA NURISA AZIZA R

20120530225

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat Pernyataan di bawah ini:

Nama : Aulia Nurisa Aziza Renwarin

NIM : 20120530225

Konsentrasi : Public Relation

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Online Wisata Alam Kalibiru
melalui Instagram pada Tahun 2015-2018 dalam
Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

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 hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Aulia Nurisa Aziza R

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum wr.wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhirkatadalammenyusunkaryainimasihbanyakkesalahan,dengankerendahan hati penulis memohon maaf yangsetulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan Terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Suciati, S.sos., Msi selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.I.P., M.Si. selaku dosen dosen pengujii yang selalumem berikan kritik dan saran yang membangun.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Pak Jono beserta seluruh Jajaran Pengelola Wisata Alam Kalibiru yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.
8. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam memberikan kasih sayangnya selama ini this thesis is dedicated for you, serta adik-adik tercinta.
9. Anggota H. Nurjannah dan Ateng Renwarin Family Terima kasih atas cinta dan dukungan yang tiadahenti.

10. Anggota Kontrakan Ceria Roficoh, Puspita, Yeni, Mita. My Bestie Dewi, Nisa dan Mba Un.
11. Special thanks to A. Mame, BWK Family and LIMINAL Squad.
12. Teman - teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2012 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.
13. Keluarga besar IMM FISIPOL UMY

Wassalammu'alaikum

wr.wb.

Yogyakarta, 18 Juli 2019

Aulia Nurisa Aziza R

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Permasalahan	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
D.1. Manfaat Teoritis.....	11
D.2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori	13
E.1. Strategi Promosi	13
E.2. Promosi Jasa	15

E.3. Strategi Promosi Online	17
E.4. Perencanaan Promosi Online.....	22
E.5. Media Baru.....	25
E.6. Instagram.....	29
F. Penelitian Terdahulu	34
G. Metode Penelitian.....	38
G.1. Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif	38
G.2. Teknik Pemilihan Informan	40
G.3. Metode Pengumpulan Data.....	42
G.4. Analisis Data.....	45
G.5. Uji Kredibilitas Data.....	47
BAB II DESKRIPSI WISATA ALAM KALIBIRU	48
A. Sejarah Singkat Wisata Alam Kalibiru	48
B. Susunan Pengurus Obyek Wisata Alam Kalibiru	49
C. Lokasi.....	50
D. Logo Wisata Alam Kalibiru.....	51
E. Spot-spot Foto Wisata Alam Kalibiru.....	52
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	55
A. SAJIAN DATA	55
1. Perencanaan Promosi Online	56

a.	Mengidentifikasi Target Audiens	56
b.	Menentukan Tujuan Promosi.....	57
c.	Merancang Pesan	58
1)	Pesan Gambar	60
2)	Pesan Teks.....	68
d.	Menentukan Saluran Komunikasi.....	73
e.	Menentukan Anggaran Promosi.....	77
f.	Mengelola Proses Komunikasi	77
g.	Pengukuran Hasil Pelaksanaan Promosi	88
B.	PEMBAHASAN.....	101
1.	Segmentasi Audiens.....	101
2.	Menentukan Tujuan Promosi.....	105
3.	Perencanaan Konten Instagram	108
4.	Merancang Pesan yang Efektif	110
5.	Menentukan Anggaran Promosi	116
6.	Evaluasi Pelaksanaan Promosi.....	116
Bab V	PENUTUP.....	120
A.	Kesimpulan.....	120
B.	Saran.....	121

DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	125

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pengguna Interenet Indonesia 1998-2017	7
Gambar 2. Indonesia, Negara Pengguna Instagram Terbesar ke-3	9
Gambar 3. Peta Lokasi Kalibiru.....	51
Gambar 4. Logo Kalibiru.....	51
Gambar 5. Spot Pohon	52
Gambar 6. Spot Panggung	52
Gambar 7. Spot Bundar.....	53
Gambar 8. Spot Sepeda.....	53
Gambar 9. Spot Gantole.....	54
Gambar 10. Pesan Gambar Konsep Keceriaan Keluarga.....	60
Gambar 11. Pesan Gambar Konsep Keceriaan Keluarga.....	60
Gambar 12. Pesan Gambar Konsep Keceriaan Keluarga.....	61
Gambar 13. Pesan Gambar Konsep Keceriaan Keluarga.....	61
Gambar 14. Pesan Gambar Konsep Romantis	63
Gambar 15. Pesan Gambar Konsep Romantis	63
Gambar 16. Pesan Gambar Konsep Romantis	64
Gambar 17. Pesan Gambar Konsep Romantis	64
Gambar 18. Pesan Gambar Konsep Romantis	65
Gambar 19. Pesan Gambar Konsep <i>Exciting Experience</i>	65
Gambar 20. Pesan Gambar Konsep <i>Exciting Experience</i>	66
Gambar 21. Pesan Gambar Konsep <i>Exciting Experience</i>	66
Gambar 22. Pesan Gambar Konsep <i>Exciting Experience</i>	67
Gambar 23. Pesan Gambar Konsep <i>Exciting Experience</i>	67

Gambar 24. Kiriman Tanpa <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i>	70
Gambar 25. Kiriman dengan <i>Caption</i> Pendek dan Tanpa <i>Hashtag</i>	71
Gambar 26. Kiriman dengan <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i> yang Tepat	72
Gambar 27. Kiriman dengan <i>Caption</i> dan <i>Hashtag</i> yang Tepat	73
Gambar 28. Rata-Rata Pengunjung sebelum dibuat Akun @wisatakalibiru	75
Gambar 29. Rata-Rata Pengunjung setelah dibuat Akun @wisatakalibiru	75
Gambar 30. Histogram Jumlah Kiriman Akun @wisatakalibiru per Tahun.....	78
Gambar 31. Kiriman @wisatakalibiru yang menggunakan <i>Tag and Repost</i>	81
Gambar 32. Komentar <i>Followers</i> Akun @wisatakalibiru	83
Gambar 33. Komentar <i>Followers</i> Akun @wisatakalibiru	84
Gambar 34. Komentar <i>Followers</i> Akun @wisatakalibiru	85
Gambar 35. Komentar <i>Followers</i> Akun @wisatakalibiru	86
Gambar 36. Komentar <i>Followers</i> Akun @wisatakalibiru	87
Gambar 37. Metrik Profil Akun @wisatakalibiru.....	89
Gambar 38. Metrik <i>Activity Insight</i> Akun @wisatakalibiru	91
Gambar 39. Metrik <i>Instagram Post</i> Akun @wisatakalibiru	93
Gambar 40. Metrik <i>Instagram Story</i> Akun @wisatakalibiru.....	94
Gambar 41. Metrik <i>Instagram Promotion</i> Akun @wisatakalibiru	95
Gambar 42. Metrik Distribusi Gender Pengikut Akun @wisatakalibiru	95
Gambar 43. Metrik Distribusi Usia Pengikut Akun @wisatakalibiru	96
Gambar 44. Metrik <i>Top Location Cities</i> Pengikut Akun @wisatakalibiru.....	97
Gambar 45. Metrik <i>Top Location Countries</i> Pengikut Akun @wisatakalibiru	98
Gambar 46. Metrik <i>Followers-days</i> Pengikut Akun @wisatakalibiru.....	98
Gambar 47. Metrik <i>Followers-Hours</i> Pengikut Akun @wisatakalibiru	99
Gambar 48. Metrik <i>Followers-Hours</i> Pengikut Akun @wisatakalibiru	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Wisatawan DIY tahun 2012-2016.....	2
Tabel 2. Jumlah Pengunjung Wisata Alam Kalibiru tahun 2010-2018.....	4