

**STRATEGI PROMOSI PD. OWABONG DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
PADA TAHUN 2017**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

RIZKI PRIMASAKTI

20130530307

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan di bawah ini:

Nama : Rizki Primasakti
NIM : 20130530307
Konsentrasi : Advertising
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Strategi Promosi PD. Owabong Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2017

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang 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 dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 23 Oktober 2019

Rizki Primasakti

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdullilahirobil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini dengan judul Strategi Promosi PD. Owabong Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2017 ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat dukungan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M. Sc. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M. Sc. Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, terimakasih atas segala waktu yang telah diberikan kepada kami mahasiswa bimbingan bapak dan selalu sabar dalam membimbing kami sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M. Sc. selaku Dosen Penguji I saat Ujian Pendadaran Skripsi, terimakasih untuk kritik dan masukan yang selalu membangun demi karya tulis ini untuk menjadi lebih baik.
6. Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji II saat ujian Pendadaran Skripsi, terimakasih untuk kritik dan masukan yang selalu membangun demi karya tulis ini untuk menjadi lebih baik.
7. Seluruh staff Pengajaran dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pelayan terbaik dan

telah membantu melancarkan proses perkuliahan saya selama duduk dibangku kuliah.

8. Bapak Abu Suratin dan Bapak Imam F selaku pihak Marketing Obyek Wisata Air Bojongsari yang telah membantu penulis untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang Obyek Wisata Air Bojongsari.

Tanpa Bantuan pihak-pihak terkait, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih tidak lepas dari kekurangan dan masih ada beberapa kesalahan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan masukan supaya skripsi ini bisa menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 23 Oktober 2019

Rizki Primasakti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karuniaNya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan salah satu kewajiban saya kepada kedua orangtua saya yaitu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi saya, membantu dari mengirimkan doa, memberikan semangat, dan motivasi. Berkenaan dengan ini penulis ingin mempersembahkan karya dan ucapan kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada Junjungan dan Suri Tauladan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kita teladan yang baik sehingga semua umat Muslim mengikuti jejakmu.
3. Terimakasih kepada Ibuku yang tak pernah henti-hentinya berdoa dan memberikan semangat yang tak terhingga setiap harinya, penulisan skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk Ibu Kusdiyati Rahimahullah.
4. Terimakasih kepada Bapakku yang selalu memberikan doa dan dukungan tak terhingga, penulisan skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk Bapak Taufik Nizamudin.
5. Terimakasih juga kepada kedua kakakku Sulthoni Icut Prakoso dan Istri serta Fani Julio Odie Wibowo dan Istri yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Terimakasih kepada teman-teman Bugisan Crew yang selalu membantu dan memberikan semangat.
7. Terimakasih kepada teman-teman Anak Cobra yang selalu memberikan semangat.
8. Terimakasih kepada teman-teman Eltano Road Crew yang selalu memberikan semangat.
9. Terimakasih kepada teman-teman dari Cakra Racing Course yang selalu memberikan semangat.

10. Terimakasih kepada semua Dosen Ilmu Komunikasi beserta staff, Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti.
11. Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013.
12. Dan seluruh keluarga besar dan pihak-pihak yang terkait yang selalu menemani dan terus mendukung sampai skripsi ini dapat saya selesaikan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

MOTTO

☞ *Waktumu adalah suksesmu.*

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Rizki Primasakti (20130530307)

Strategi Promosi PD. Owabong Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2017

Tahun Skripsi: 2019 + 109 Halaman + Lampiran

Daftar Pustaka: 22 Buku + 10 Jurnal

Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) adalah obyek wisata wahana air yang terletak di desa Bojongsari Kabupaten Purbalingga. Obyek Wisata Air Bojongsari merupakan salah satu destinasi tujuan wisata yang terbesar dan menjadi pionir obyek wisata air di Jawa tengah. Dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 Obyek Wisata Air Bojongsari mengalami peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan yang paling signifikan yaitu di tahun 2017. Hal tersebut tidak terlepas dari upaya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola, yaitu PD. Owabong.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data dengan melakukan wawancara dengan tiga informan dan mengumpulkan arsip, foto, brosur, dan literatur yang berhubungan dengan kegiatan promosi Obyek Wisata Air Bojongsari.

Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi Obyek Wisata Air Bojongsari menggunakan tiga tahapan strategi promosi yaitu yang pertama adalah perencanaan promosi, yang kedua pelaksanaan promosi, dan yang terakhir adalah evaluasi strategi promosi. Selanjutnya pihak Owabong menggunakan beberapa bauran promosi yaitu, periklanan (advertising) dengan brosur, baliho, billboard, lalu menggunakan public relations berupa kegiatan event dan publikasi, dan media internet seperti website, dan media sosial berupa facebook dan instagram.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Obyek Wisata, Owabong

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Studies

Advertising Concentration

Rizki Primasakti (20130530307)

PD. Owabong promotion strategy to increase visitor number in 2017

Conducted in 2019 + 109 pages + Attachment

Bibliography 22 Book + 10 Journals

Bojongsari Waterpark (Owabong) is a waterpark located in the village Bojongsari Purbalingga regency. Bojongsari Waterpark is one of the biggest tourist destination and a pioneer of waterpark in Central java. From 2013 until the year 2017, Bojongsari Waterpark experienced an increasing number of visitors, the most significant increase was in the year 2017. It is not separated from the efforts of the promotion strategy conducted by the manager, namely PD. Owabong.

The type of research used is a qualitative descriptive with data collection in the form of interviews and documentation studies. Data sources by conducting interviews with three informant and collecting archives, photographs, brochures, and literature related to the promotion activities of Bojongsari Water park.

The results of the study showed the promotion strategy of Bojongsari waterpark using three stages of promotion strategy, namely the first is the promotion planning, the second implementation of the promotion, and the last is evaluation of the promotion strategy. Furthermore, the Owabong use several promotional mix that is, advertising (advertising) with brochures and billboards, then use public relations in the form of event and publication activities, and Internet media such as websites, and social media Facebook and Instagram.

Keyword: Promotion Strategy, Tour Destinations, Owabong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Kajian Teori	7
1. Strategi Promosi.....	7
2. Bauran Promosi	24
3. Promosi Pariwisata	27
F. Penelitian Terdahulu	36
G. Metode Penelitian	41
1. Jenis Penelitian	41
2. Lokasi Penelitian	42
3. Teknik Pengumpulan Data	42
4. Teknik Analisis Data	44
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	47
A. Sejarah Obyek Wisata Air Bojongsari	47
B. Visi dan Misi Obyek Wisata Air Bojongsari	48
C. Struktur Organisasi Obyek Wisata Air Bojongsari.....	49
D. Lokasi Obyek Wisata Air Bojongsari	50

E. Tiket Masuk Obyek Wisata Air Bojongsari	50
F. Wahana dan Fasilitas Obyek Wisata Air Bojongsari	51
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	64
A. SAJIAN DATA	64
1. Strategi Promosi Obyek Wisata Air Bojongsari	64
a. Perencanaan Strategi Promosi	65
1) Mengidentifikasi Audiens Sasaran	66
2) Menentukan Tujuan promosi	66
3) Merancang Pesan	67
4) Memilih Saluran Komunikasi	67
5) Menetapkan Anggaran Promosi	68
6) Menetapkan Bauran Promosi	69
b. Pelaksanaan Strategi Promosi Obyek Wisata Air Bojongsari... ..	70
1) Brosur	70
2) Baliho	72
3) Billboard	73
4) Media Internet	74
a) Website	75
b) Media Sosial	76
(1) Facebook.....	76
(2) Instagram	78
5) Public Relations	80
c. Evaluasi Strategi Promosi	84
B. Pembahasan	85
1. Perencanaan Strategi Promosi Obyek Wisata Air Bojongsari	85
a. Mengidentifikasi Audiens Sasaran	86
b. Menentukan Tujuan Promosi	87
c. Merancang Pesan	89
d. Memilih Saluran Komunikasi	91
e. Menetapkan Anggaran Promosi	92
f. Menetapkan Bauran Promosi	93
2. Pelaksanaan Strategi Promosi Obyek Wisata Air Bojongsari	93
a. Advertising (periklanan)	94

b. Sales Support	95
c. Public Relations	98
d. Media Internet	101
1) Website	101
2) Media Sosial	102
3. Evaluasi Strategi Promosi Obyek Wisata Air Bojongsari.....	102
BAB IV PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Jumlah Pengunjung dari Tahun 2013-2017.....	6
Diagram 1.2 Struktur Organisasi Obyek Wisata Air Bojongsari	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kolam Olympic.....	51
Gambar 2. Kolam WaterBoom	52
Gambar 3. Kolam Arus/Lazy River	53
Gambar 4. Kolam Ombak Sagara.....	54
Gambar 5. Coralia 3.....	55
Gambar 6. Kolam Ember Tumpah	56
Gambar 7. Kolam Bebas Tsunami	57
Gambar 8. Kolam Permainan	58
Gambar 9. Kolam Sesat	59
Gambar 10. Kolam Pesta Air	59
Gambar 11. Pallant Rest Area	60
Gambar 12. Tribun Owabong	61
Gambar 13. Kamar Ganti/Kamar Bilas	62
Gambar 14. Locket Masuk Owabong	63
Gambar 15. Brosur Tampak Depan Obyek Wisata Air Bojongsari	71
Gambar 16. Brosur Tampak Belakang Obyek Wisata Air Bojongsari	72
Gambar 17. Baliho Obyek Wisata Air Bojongsari.....	73
Gambar 18. Billboard Obyek Wisata Air Bojongsari.....	74
Gambar 19. Website Obyek Wisata Air Bojongsari.....	76
Gambar 20. Facebook Obyek Wisata Air Bojongsari.....	78
Gambar 21. Instagram Obyek Wisata Air Bojongsari.....	79
Gambar 22. Instagram Obyek Wisata Air Bojongsari	80
Gambar 23. Event Jalan Sehat Merdeka Obyek Wisata Air Bojongsari.....	82
Gambar 24. Event Jalan Sehat Merdeka Obyek Wisata Air Bojongsari.....	82
Gambar 25. Event Fun Aerobic Obyek Wisata Air Bojongsari.....	83
Gambar 26. Booklet Destinasi Wisata Purbalingga Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga	84
Gambar 27. Booklet Destinasi Wisata Purbalingga Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga	84

