

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA  
KABUPATEN BANTUL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG OBJEK WISATA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

Arizka Nur Salma Izza

18.96.0952

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA  
KABUPATEN BANTUL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG OBJEK WISATA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh :**

Arizka Nur Salma Izza  
18.96.0952

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN  
DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANTUL  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG  
OBJEK WISATA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Arizka Nur Salma Izza**

**18.96.0952**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 24 Mei 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Kartika Sari Yudaninggar S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302444**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA  
KABUPATEN BANTUL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENGUNJUNG OBJEK WISATA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Arizka Nur Salma Izza

18.96.0952

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 24 Mei 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444**

**Audith M. Turmudhi, Drs., MM  
NIK. 190302358**

**Estiningsih, SE, MM  
NIK. 190302443**

**Tanda Tangan**



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk

memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 24 Mei 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Arizka Nur Salma Izza

NIM. 18.96.0952

## **MOTTO**

Allah tidak akan mengubah keadaan seseorang, sebelum kita mengubah keadaan diri kita sendiri menjadi lebih baik.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri, yang telah berusaha dan semangat dalam menyelesaikan skripsi dan melewati semuanya dengan ikhlas.
2. Ibu saya Rr Siti Misrotun Nurhudyanti yang telah melahirkan, memberikan dukungan material, memberikan pelajaran hidup sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak saya Muhammad Sunarso yang telah memberikan pelajaran hidup kepada saya, sehingga saya terdorong untuk memikirkan masa depan saya kelak, dimulai dengan menyelesaikan skripsi.
4. Adik saya, yang selalu support agar saya selalu semangat.
5. Saudara-saudara saya dari eyang Sulthoni dan nenek Sukapsiah.
6. Linda, Ika, Anggun, Icha, Vio, Ocah, Devi dan Vega teman-teman saya yang telah membantu dan sangat support agar saya menyelesaikan skripsi dan pendidikan S1 ini.
7. Kucing-kucing saya yang paling saya sayangi Izzy yang selalu memberi keceriaan, Meymey, Clowy, Zia dan Creamy.
8. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 8 yang selalu mendukung satu sama lain.
9. Orang-orang yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, yang mungkin tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaninggar S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing.
5. Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.
6. Dan lain-lain.

Yogyakarta, 29 Mei 2023



Penulis



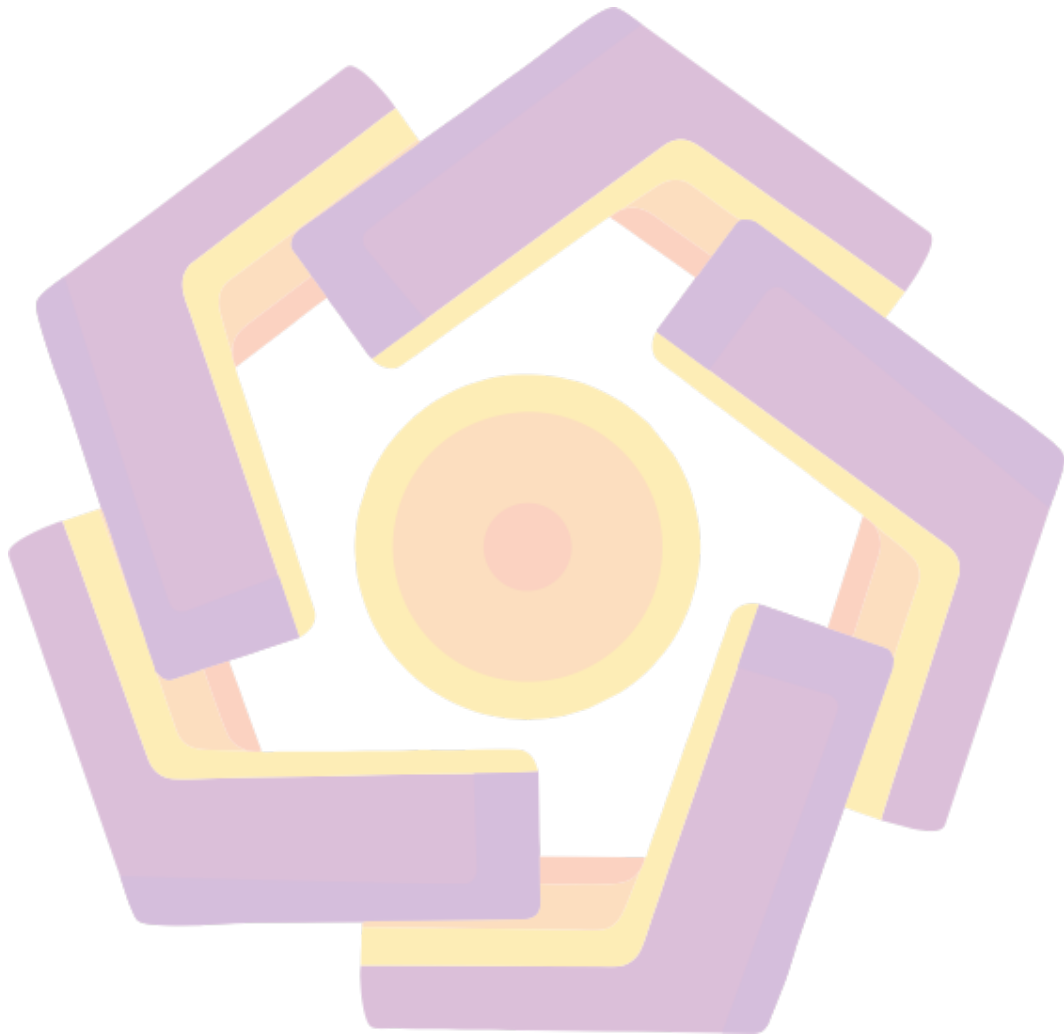
## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah dan Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Praktis .....	4
1.4.2 Manfaat Akademis .....	4
1.5 Struktur Penulisan.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Implementasi .....	6
2.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	6
2.1.3 Marketing Communication Mix .....	7
2.1.4 Pariwisata .....	9
2.2 Penelitian Terdahulu .....	10
2.3 Kerangka Berpikir .....	13
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>14</b>
3.1 Pendekatan penelitian .....	14

3.2 Objek penelitian.....	14
3.3 Subjek Penelitian .....	15
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	15
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.6 Teknik Analisis Data .....	17
3.7 Triangulasi .....	18
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>19</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	19
4.2 Pembahasan .....	22
4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan .....	28
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>29</b>
5.1 Kesimpulan.....	29
5.2 Saran .....	30
5.2.1 Saran Akademis.....	30
5.2.2 Saran Praktis .....	30
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>33</b>
Lampiran 1 .....	33
Lampiran 2 .....	34
Lampiran 3 .....	39
Lampiran 4 .....	41

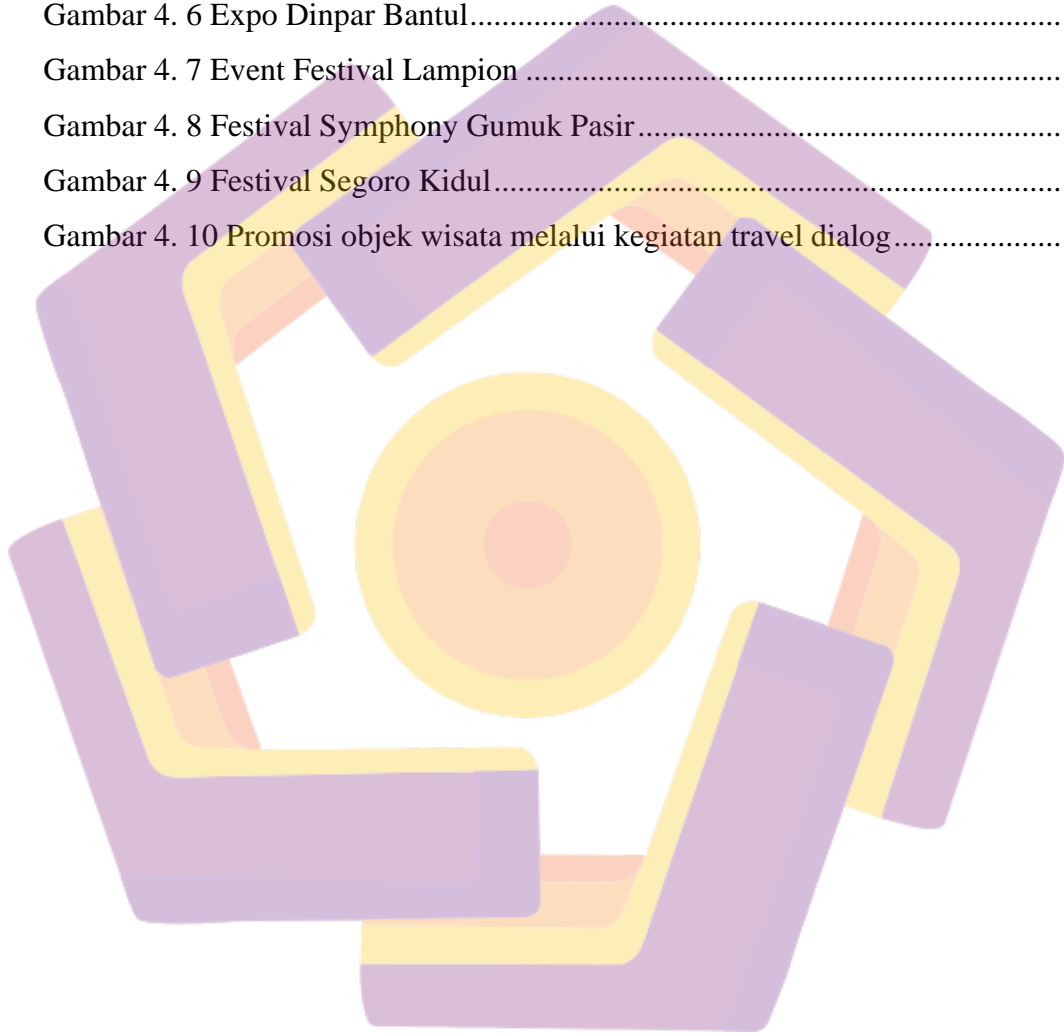
## DAFTAR TABEL

Table 1 .Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata.....	3
Table 2 .Penelitian Terdahulu .....	12



## DAFTAR GAMBAR

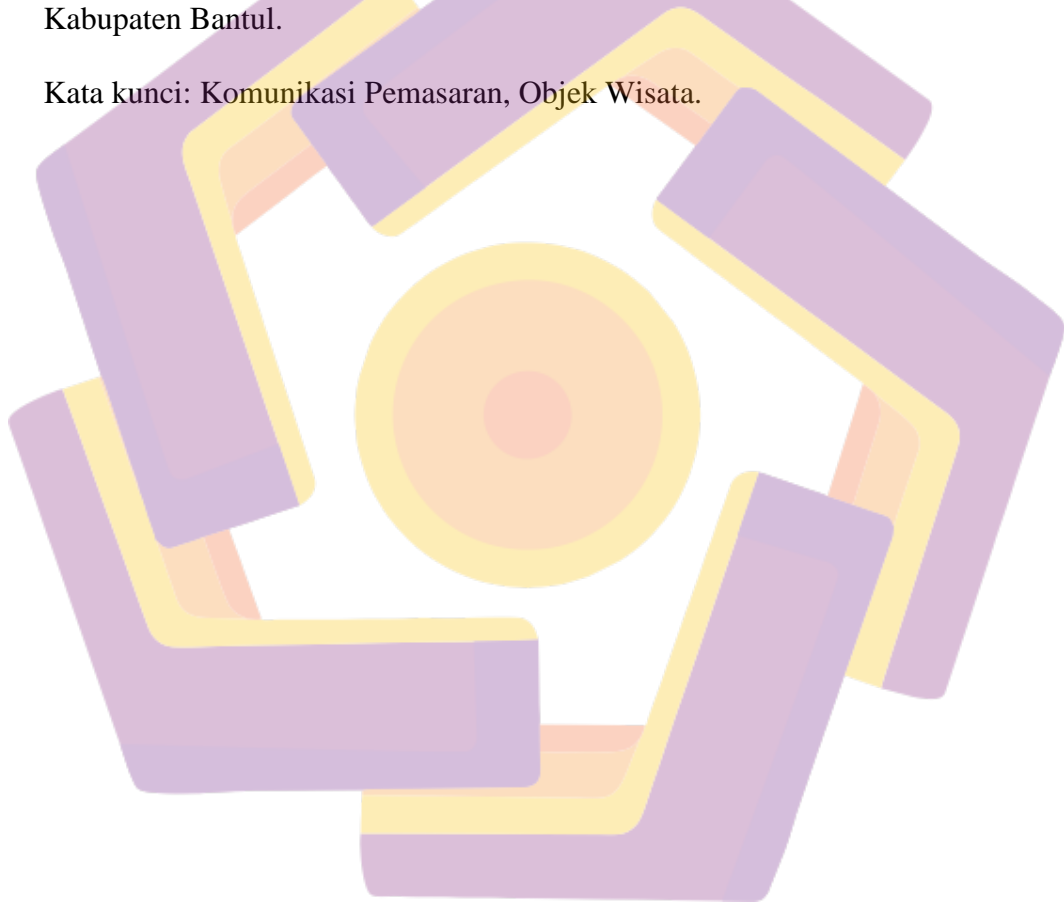
Gambar 4. 1 Majalah promosi Dinpar Bantul.....	23
Gambar 4. 2 Baliho Pantai Samas.....	24
Gambar 4. 3 Petunjuk arah Goa Selarong.....	24
Gambar 4. 4 Facebook Dinpar Bantul.....	24
Gambar 4. 5 Instagram Dinpar Bantul.....	25
Gambar 4. 6 Expo Dinpar Bantul.....	25
Gambar 4. 7 Event Festival Lampion.....	27
Gambar 4. 8 Festival Symphony Gumuk Pasir.....	27
Gambar 4. 9 Festival Segoro Kidul.....	27
Gambar 4. 10 Promosi objek wisata melalui kegiatan travel dialog.....	28



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dalam meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menganalisis komunikasi pemasaran dalam mempromosikan atau memasarkan objek wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata sehingga mengalami peningkatan pengunjung. Peneliti mendapatkan data tersebut dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinpar Bantul mencakup *marketing communication mix* yaitu *advertising*, *personal selling*, *direct marketing* dan *public relation* dalam memasarkan pariwisata Kabupaten Bantul.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Objek Wisata.



## ABSTRACT

*This study aims to determine marketing communications carried out by the Tourism Office of Bantul Regency in increasing the number of visitors to tourist objects managed by the Tourism Office of Bantul Regency. This research uses a type of research that is descriptive with a qualitative approach, namely analyzing marketing communications in promoting or marketing tourist objects carried out by the Tourism Office so that visitors experience an increase. The researcher obtained the data from the results of interviews, observation and documentation. This shows that the implementation of marketing communications carried out by the Bantul Tourism Office includes a marketing communication mix, namely advertising, personal selling, direct marketing and public relations in marketing tourism in Bantul Regency.*

*Keywords: Marketing Communication, Tourism Object.*

