

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA DI  
KABUPATEN MAGELANG**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Tyas Hastungkarajati  
19.96.1069

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATADI  
KABUPATEN MAGELANG**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Tyas Hastungkarajati  
19.96.1069

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

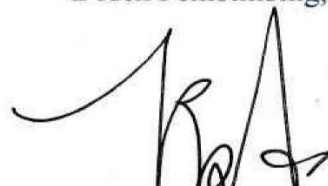
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA DI  
KABUPATEN MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tyas Hastungkarajati  
19.96.1069

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 26 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302475

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA DI  
KABUPATEN MAGELANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Tyas Hastungkarajati  
19.96.1069

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 26 Juni 2023

**Nama Penguji**

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302475

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

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302360

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Tanggal 26 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 5 Juni 2023

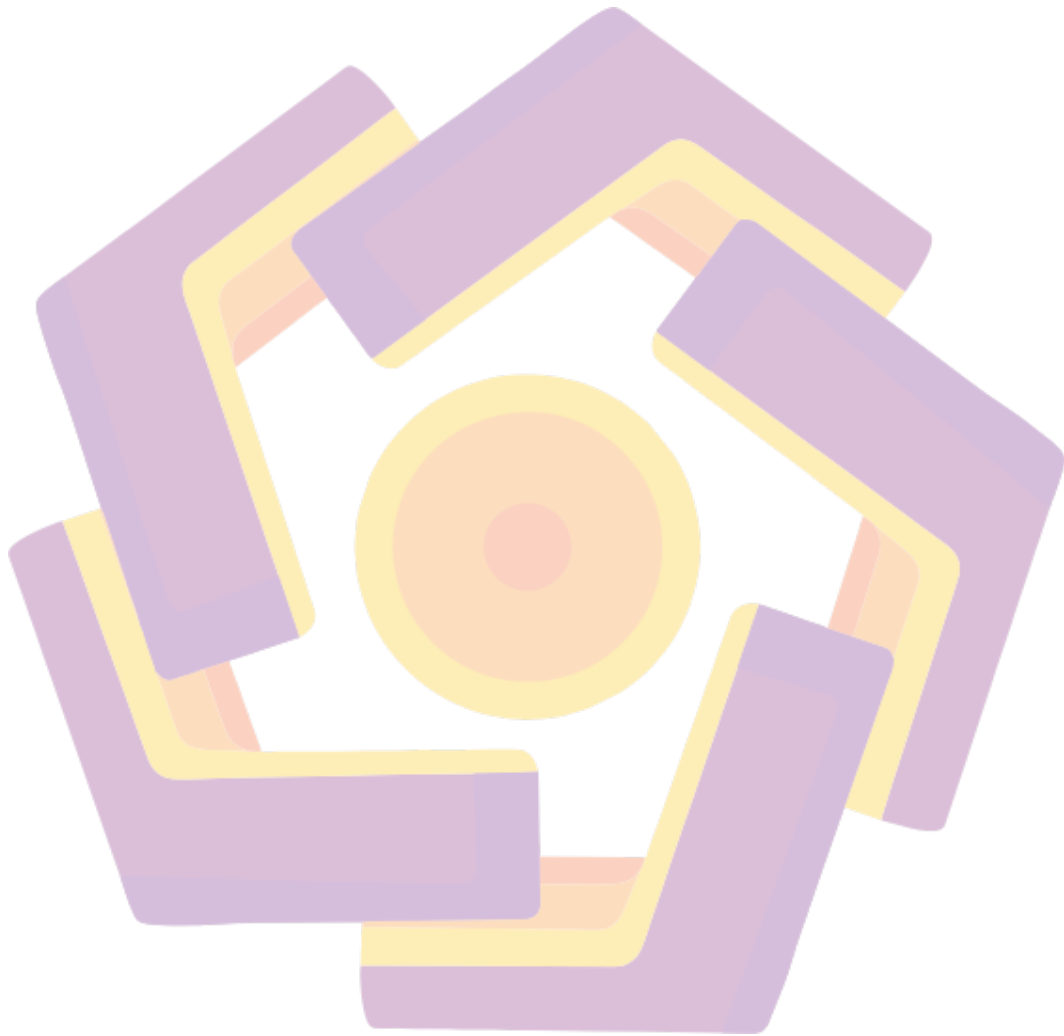


Tyas Hastungkarajati  
NIM. 19.96.1069

**MOTTO**

***“DO NOT BE SORRY, BE BETTER”***

- Kratos (God Of War)



## PERSEMBAHAN

Penulis dengan tulus mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan dorongan selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Penelitian ini dipersembahkan oleh penulis kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Dulkalim dan Almarhumah Ibu Isti Fauzah yang sudah mendidik dan merawat serta memberikan dukungan moral dan materi kepada penulis.
2. Dosen pembimbing Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A. yang telah membimbing dan membantu proses penulisan penelitian ini.
3. Segenap karyawan Disarpورا Kabupaten Magelang yang telah memberikan izin dan waktu dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabat dan teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "*Strategi Komunikasi Pemasaran Disparpora Kabupaten Magelang Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata di Kabupaten Magelang*".

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi S1 Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai bentuk pengabdian penulis terhadap dunia akademik dan industri pariwisata, serta untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Magelang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini saya selaku penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang yang telah memberikan izin penelitian.
6. Kedua orang tua saya yang sudah membesarkan dan mendidik saya.



7. Seluruh sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan moral dan materi.
8. Pihak-pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Semoga segala dukungan yang telah diberikan kepada saya dibalas oleh Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, saya selaku penulis dengan terbuka menerima segala kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

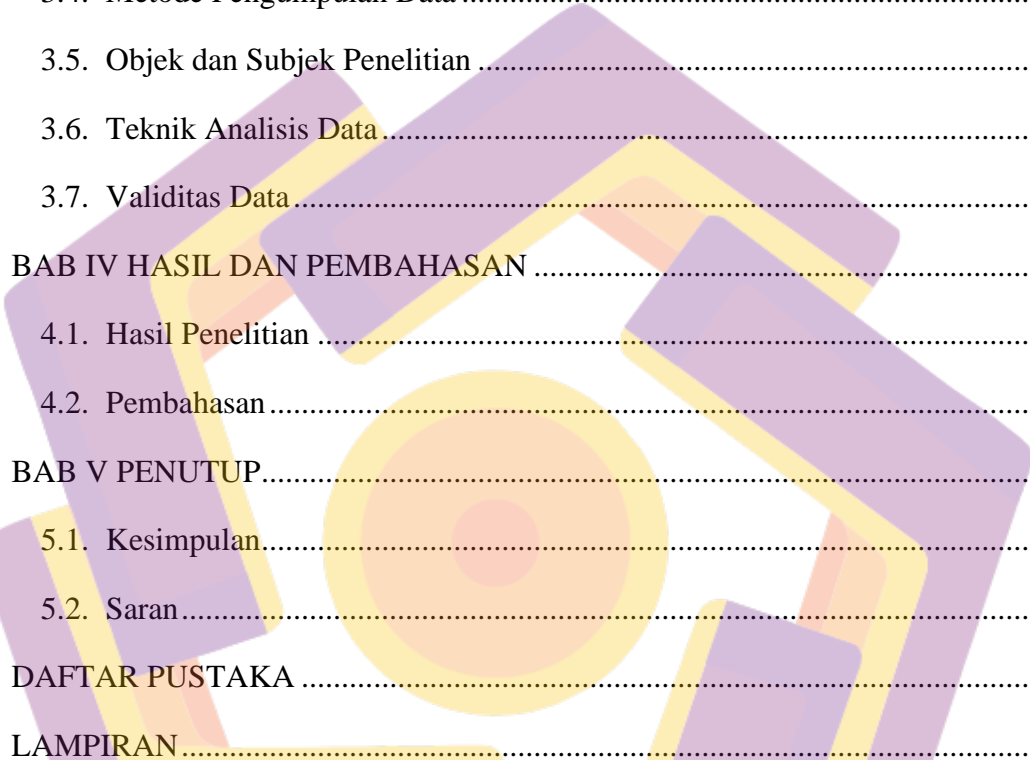
Yogyakarta, 5 Juni 2023



Tyas Hastungkarajati

## DAFTAR ISI

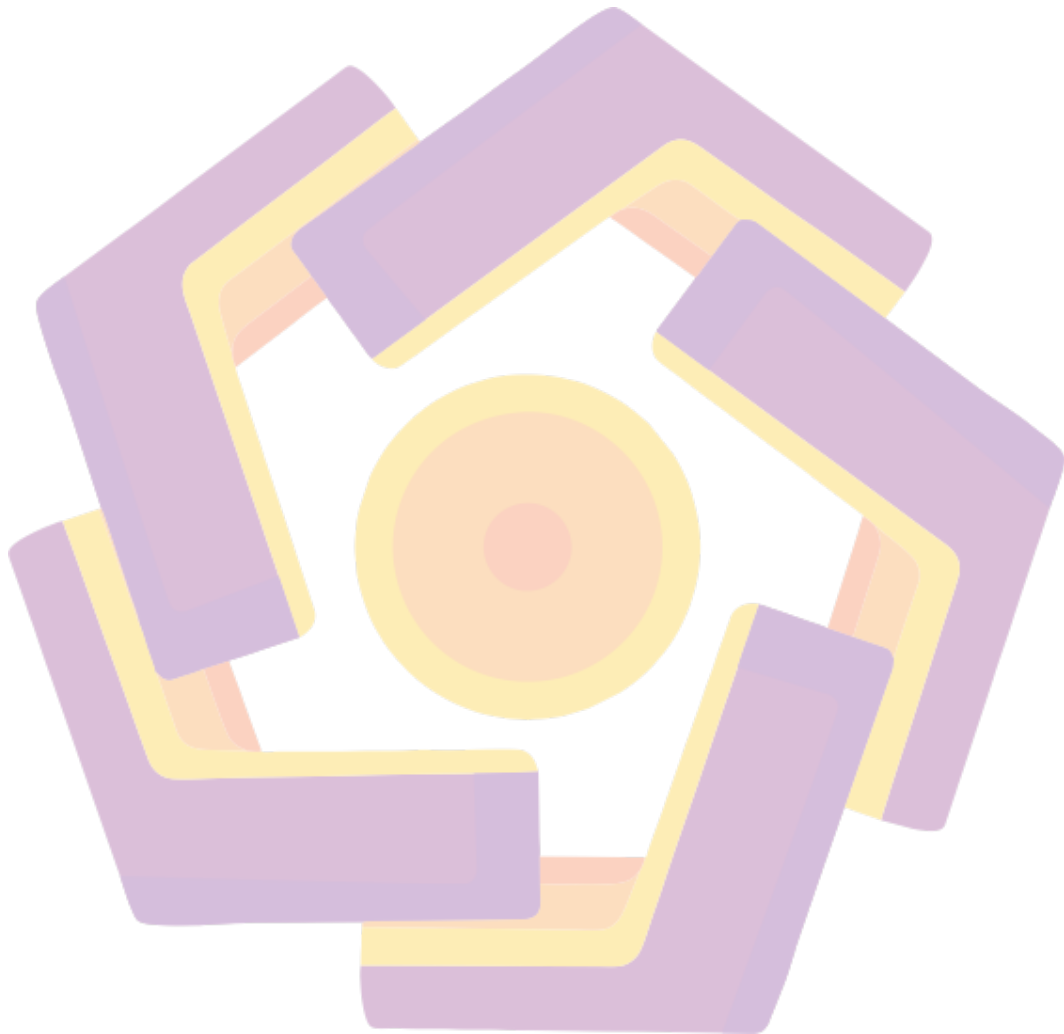
SAMPUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Bab.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori .....	9
2.2. Penelitian Terdahulu .....	16
2.3. Kerangka Pemikiran .....	22



BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Sumber Data Penelitian.....	24
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5. Objek dan Subjek Penelitian.....	26
3.6. Teknik Analisis Data.....	26
3.7. Validitas Data.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Hasil Penelitian.....	29
4.2. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP.....	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh platform dasar bauran komunikasi pemasaran .....	15
Tabel 2.2 Penelitian terdahulu.....	16



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran .....	22
Gambar 4.1 Gunung Merapi .....	29
Gambar 4.2 Candi Borobudur .....	31
Gambar 4.3 Balkondes Tuksongo .....	32
Gambar 4.4 Promosi melalui Instagram .....	35
Gambar 4.5 Promosi melalui website .....	35
Gambar 4.6 Brosur dan booklet wisata .....	36
Gambar 4.7 Baliho pariwisata .....	37
Gambar 4.8 Pemenang lomba foto Libur Lebaran .....	38
Gambar 4. 9 Jaminan asuransi .....	39
Gambar 4.10 Event Ketep Summit Fest .....	40
Gambar 4.11 Majalah Suara Gemilang .....	41
Gambar 4.12 Profil Instagram @officialwisatamagelang .....	43
Gambar 4.13 Contoh <i>collaboration post</i> dan <i>repost</i> .....	44
Gambar 4.14 Aplikasi Jelajah Magelang .....	46
Gambar 4.15 Kantor TIC Kabupaten Magelang .....	47
Gambar 4.16 Pelatihan Kewirausahaan oleh Disparpora Kabupaten Magelang ..	47
Gambar 4.17 Kegiatan One Day Tour 2023 .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide .....	62
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	66



## INTISARI

Potensi pariwisata di Kabupaten Magelang menawarkan berbagai sektor wisata mulai dari wisata alam, budaya, dan buatan yang dimanfaatkan sebagai salah satu pendorong roda ekonomi di Kabupaten Magelang. Sebagai organisasi Pemerintah Daerah dibidang pariwisata, Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang memiliki tanggung jawab untuk senantiasa mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Disparpora Kabupaten Magelang dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Magelang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Disparpora Kabupaten Magelang telah mengimplementasikan bauran komunikasi pemasaran berupa iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publikasi, pemasaran daring dan media sosial, pemasaran seluler, pemasaran langsung dan basis data, serta penjualan personal. Dari delapan metode tersebut diketahui bahwa promosi dengan pemasaran daring dan media sosial menjadi metode yang cenderung lebih banyak digunakan dalam mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Magelang.

**Kata kunci :** bauran komunikasi pemasaran, wisata, promosi



## ABSTRACT

*The tourism potential in Magelang Regency offers various sectors of tourism, ranging from natural, cultural, to man-made attractions, which are utilized as one of the drivers of the economy in Magelang Regency. As a governmental organization in the field of tourism, Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang has the responsibility to continuously develop its tourism potential. This research aims to analyze the marketing communication strategies of Disparpora Kabupaten Magelang in promoting the existing tourist destinations in Magelang Regency. The research method used is qualitative descriptive with data collection methods including interviews, observations, and documentation. The results of the research show that Disparpora Kabupaten Magelang has implemented a marketing communication mix, including advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publications, online and social media marketing, mobile marketing, direct and database marketing, and personal selling. Among these eight methods, it is known that promotion through online and social media marketing has become the method that tends to be used more frequently in promoting tourist destinations in Magelang Regency.*

**Keywords :** *marketing communication mix, tourism, promotion*

