

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*
IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING
UNTUK PROMOSI MAHIKA AYU TEBING BREKSI
YOGYAKARTA

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :
Yusuf Yoga Mahendra
19.96.1238

Dosen Pembimbing:
Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING
UNTUK PROMOSI MAHIKA AYU TEBING BREKSI
YOGYAKARTA**

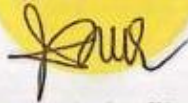
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yusuf Yoga Mahendra

19.96.1238

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 Juli 2023

Dosen Pembimbing



Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si
NIK. 0526048503

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK
PROMOSI MAHIKA AYU TEBING BREKSI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yusuf Yoga Mahendra

19.96.1238

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 05 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si
NIK. 190302478



Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A
NIK. 190302476



Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom
NIK. 190302361



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 05 Juli 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Yusuf Yoga Mahendra
NIM : 19.96.1238
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2023

Yang Menyerahkan Pernyataan



Yusuf Yoga Mahendra

NIM. 19.96.1238

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (SI) 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 laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. (Monika Pretty Aprilia, S.I.P.,M.Si) Sebagai Pembimbing Skripsi
5. (Mahika Ayu Tebing Breksi)
6. Para Kru yang telah membantu kelancaran produksi
7. Kedua Orang Tua

Yogyakarta, 28 Mei 2023

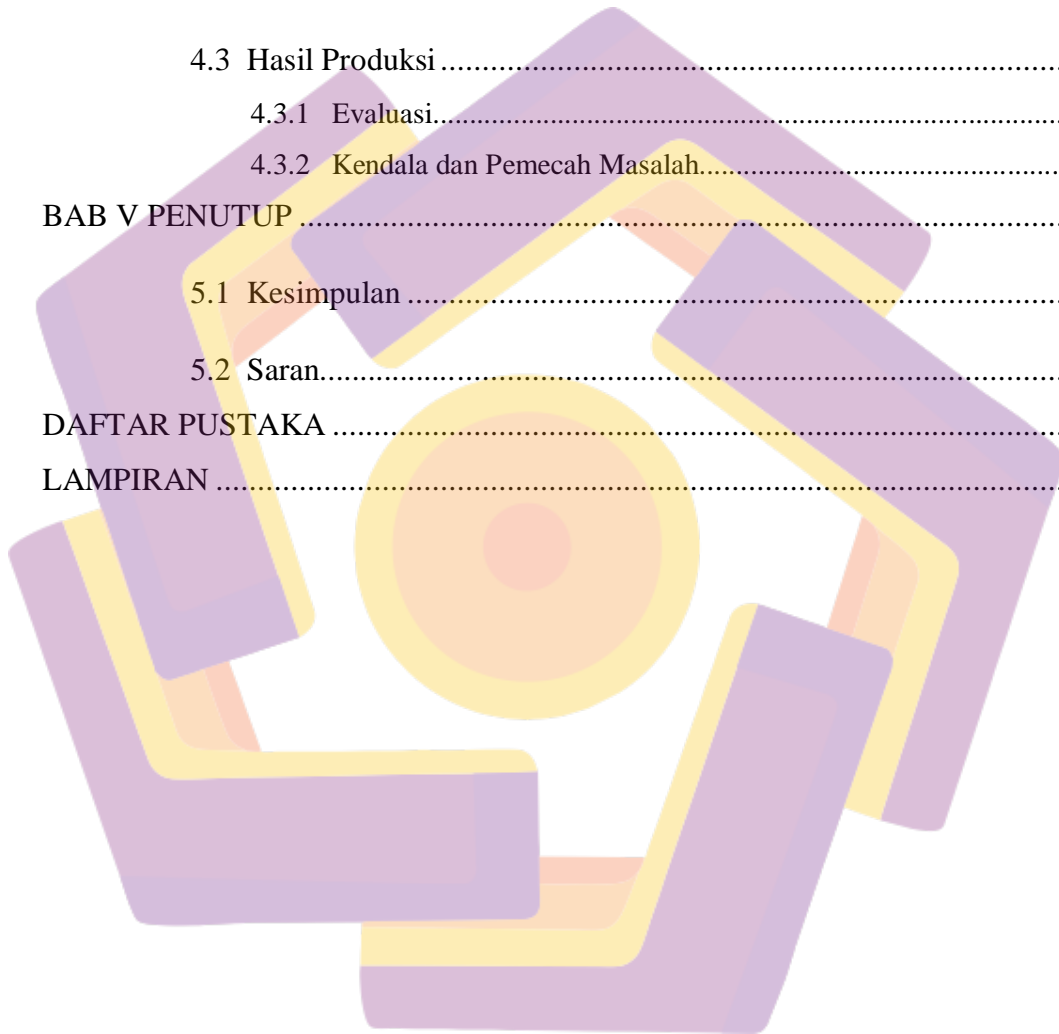


Yusuf Yoga Mahendra

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
SKEMA ARTIS CONTENT CREATOR	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	IV
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	VI
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined. X
ABSTRACT	X
BAB I PENDAHULUAN	XI
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Akademis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Referensi Karya	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori Karya	5
2.3 Pemaparan Jobdesk	9
BAB III RENCANA PERANCANGAN KARYA	10
3.1 Ide Perancangan	10
3.1.1 Ide Karya	10
3.1.2 Gambaran Rancangan Karya	11
3.1.3 Gambaran Isi Pesan Karya	Error! Bookmark not defined.
3.2 Strategi Distribusi Karya	Error! Bookmark not defined.

BAB IV ULASAN KARYA PERANCANGAN	14
4.1 Deskripsi Karya.....	14
4.2 Uraian Proses Produksi.....	21
4.2.1 Deskripsi Tugas Mahasiswa.....	21
4.2.2 Proses Produksi.....	22
4.3 Hasil Produksi	23
4.3.1 Evaluasi.....	23
4.3.2 Kendala dan Pemecah Masalah.....	23
BAB V PENUTUP	25
5.1 Kesimpulan	25
5.2 Saran.....	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	28

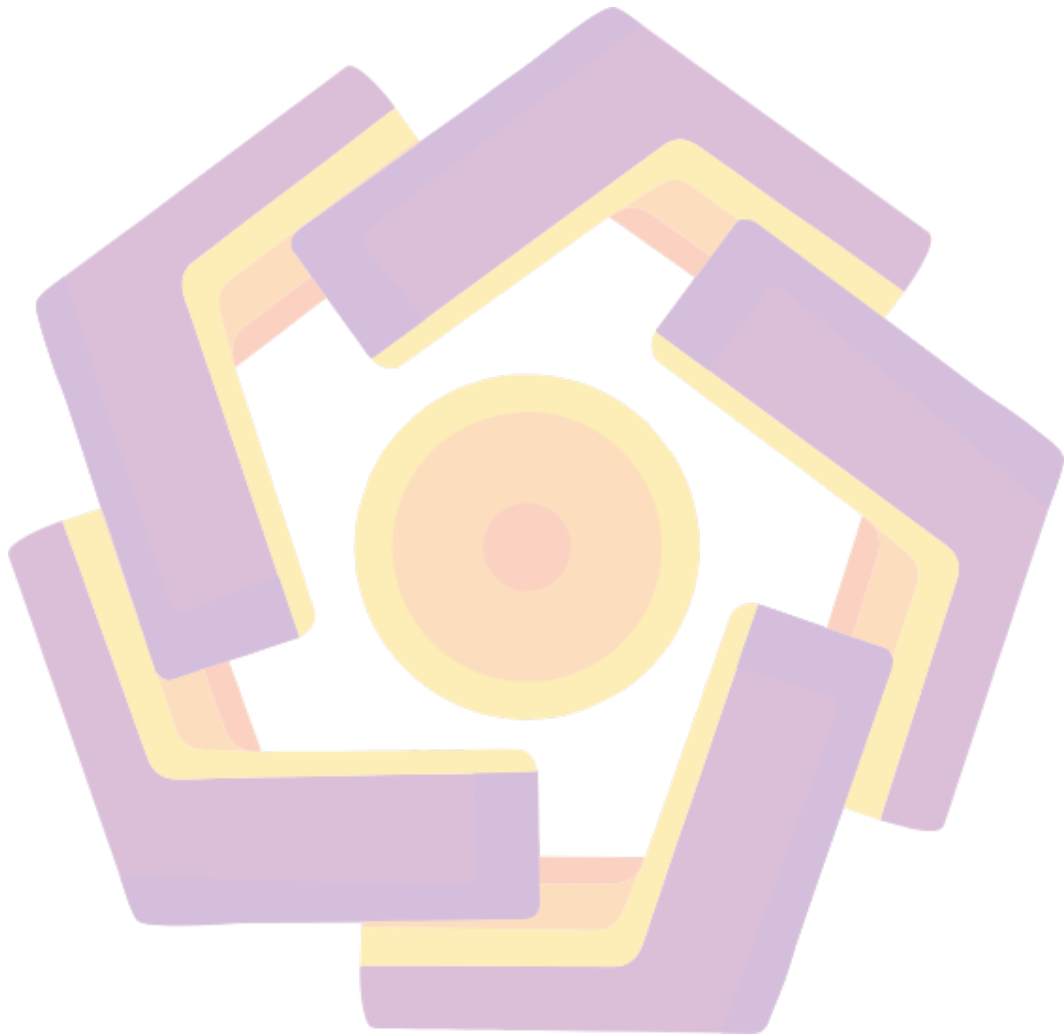


DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Jelajah Bersama Grab	4
2.2 Gambar Lockdown in paradise	5
3.1 Gambar Panggung Terbuka Mahika Ayu	10
4.2.1 Gambar Keseluruhan Mahika Ayu	15
4.2.2 Gambar Spot Camping Mahika Ayu	15
4.2.3 Gambar Harga Paket Camping Mahika Ayu	16
4.2.4 Gambar Harga dan Kontak Person Camping	16
4.2.5 Gambar Penjemputan dengan mobil Campervan	17
4.2.6 Gambar Menuju ke Mahika Ayu	17
4.2.7 Gambar Petugas Retribusi Tebing Breksi	18
4.2.8 Gambar Pengelola Camping Mendirikan Tenda	18
4.2.9 Gambar Pembuatan Konsep Video Promosi	19
4.2.10 Gambar Video Promosi “Camping With Bestie”	20
4.2.11 Gambar Teaser “Camping with Bestie”	20

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jobdesk Penulis.....	9
--------------------------------	---



ABSTRAK

Tempat wisata merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan kegiatan berwisata, salah satu tempat wisata di Indonesia adalah wisata Tebing Breksi yang berada di desa Sambirejo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta. Setelah pandemi 2019 minat masyarakat menyelenggarakan acara adalah di tempat yang luas, Tebing Breksi ini merupakan tempat wisata yang mempunyai banyak tempat luas, salah satunya adalah area Mahika Ayu, akan tetapi *customer* sering lebih memilih di area utama karena strategis, yang mengakibatkan kurangnya minat para pelaku EO (*Event Organizer*) pada Mahika Ayu. Selain itu pihak marketing mengalami masalah dalam mengpromosikan dalam bentuk digital. Dengan adanya masalah tersebut penulis dan pihak wisata merencanakan sebuah *project* video konten marketing untuk memasarkan Mahika Ayu. Banyaknya daya tarik yang terdapat pada Mahika Ayu dapat menjadi peluang wisatawan untuk berkunjung di Mahika Ayu. Pemasaran digital merupakan salah satu pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau banyak khalayak secara efektif.

Kata Kunci: Tebing Breksi, Mahika Ayu, Wisata

ABSTRACT

Tourist attractions are places that are used for tourism activities, one of the tourist attractions in Indonesia is the Breksi Cliff tour in the village of Sambirejo, Prambanan, Sleman, Yogyakarta. After the 2019 pandemic, the community's interest in holding events is in a large area, Breksi Cliff is a tourist spot that has many large areas, one of which is the Mahika Ayu area, but customers often prefer the main area because it is strategic, which results in a lack of interest from the perpetrators EO (Event Organizer) at Mahika Ayu. In addition, marketing has problems in promoting in digital form. With this problem, the writer and the tourism party are planning a video content marketing project to market Mahika Ayu. The many attractions found in Mahika Ayu can be an opportunity for tourists to visit Mahika Ayu. Digital marketing is marketing that utilizes digital media to reach large audiences effectively.

Keywords: *Tebing Breksi, Mahika Ayu, Tour*

