

IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DESA
WISATA BRAYUT SLEMAN DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATA

SKRIPSI



Disusun oleh:

Stephan Ofel Lassaro

18.96.0738

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DESA
WISATA BRAYUT SLEMAN DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATA

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Stephan Ofel Lassaro

18.96.0738

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

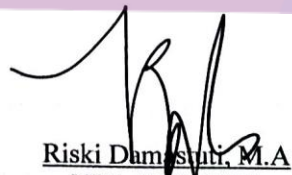
**IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DESA
WISATA BRAYUT SLEMAN DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Stephan Ofel Lassaro
18.96.0738

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 8 Mei 2023

Dosen Pembimbing,


Riski Damastuti, M.A
NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN DESA
WISATA BRAYUT SLEMAN DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATA**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Stephan Ofel Lassaro
NIM 18.96.0738

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Juni 2023

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



Rosyidah Jayanti Vijaya, SE, M.Hum
NIK. 190302266



Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302448



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 20 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, 10 Mei 2023



Stephan Ofel Lassaro
NIM 18.96.0738

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Brayut Sleman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata”, diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta. Saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga terkasih yang selalu mendoakan dan memberikandukungan.
2. Riski Damastuti, M.A. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing sejak awal hingga akhir dalam proses penelitian ini dan dinyatakanlulus.
3. Semua dosen ilmu komunikasi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman semua khususnya ilmu komunikasi 05 angkatan 2018. Terimakasih atas dukungan dan pengalaman yang diberikan sehingga dapat mendapatkan gelar strata satu (S1).

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Brayut Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata”. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

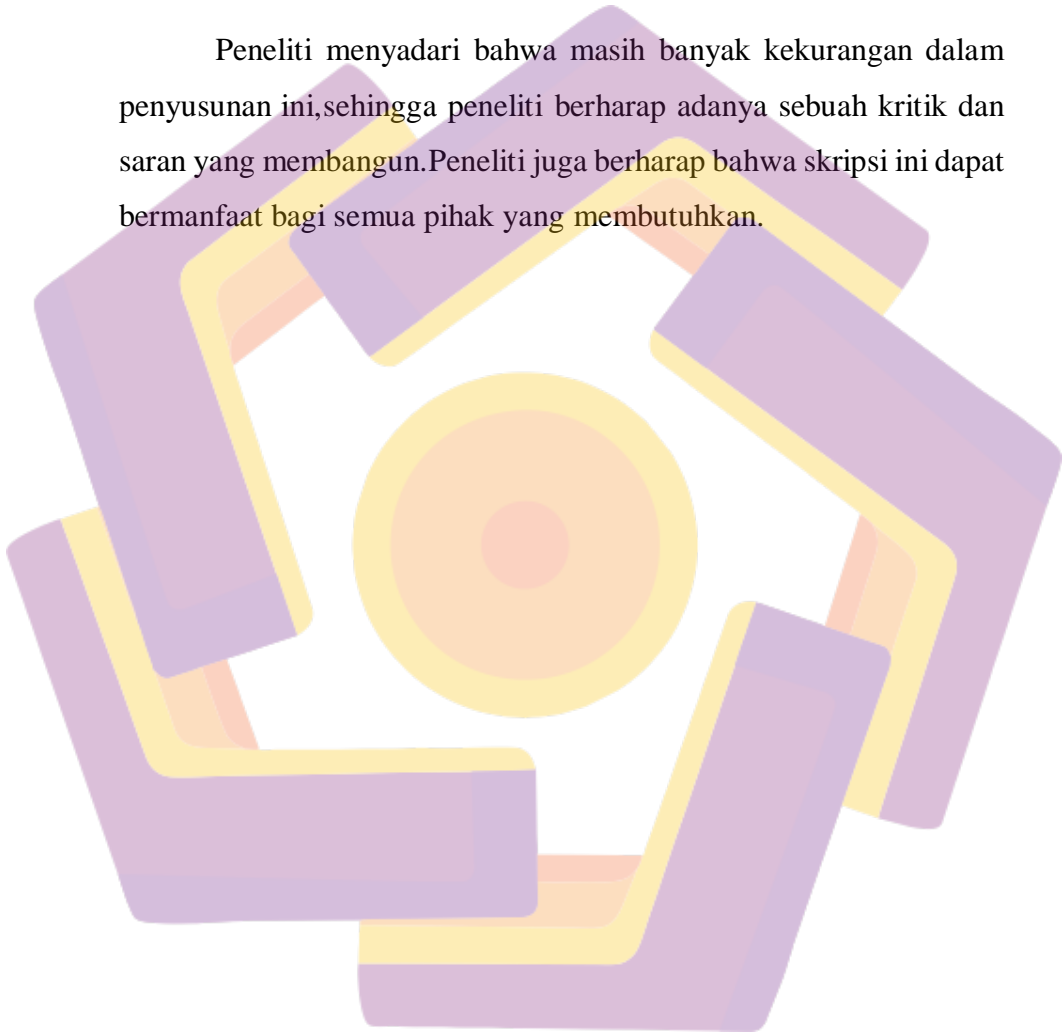
Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, peneliti mendapat banyak bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti menyampaikan terimakasih kepada :

1. Sunardi dan Sisilia Supartiyah. Selaku orang tua yang selalu memberikandukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Emha Taufiq Lutfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, M.A. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkanwaktu dan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti.
5. Aloysius Sudarmadi, Perpetua Rosendar Budi Damayanti, Agatha Verawati Kuntari, Rizki Ihsan. Selaku narasumber yang telah meluangkan waktu serta memberikan dukungan dalam penelitian ini sehingga dapat terselesaikan.

6. Stefani Eka Setyarini, telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi.

7. Seluruh keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan atas penyusunan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan ini, sehingga peneliti berharap adanya sebuah kritik dan saran yang membangun. Peneliti juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

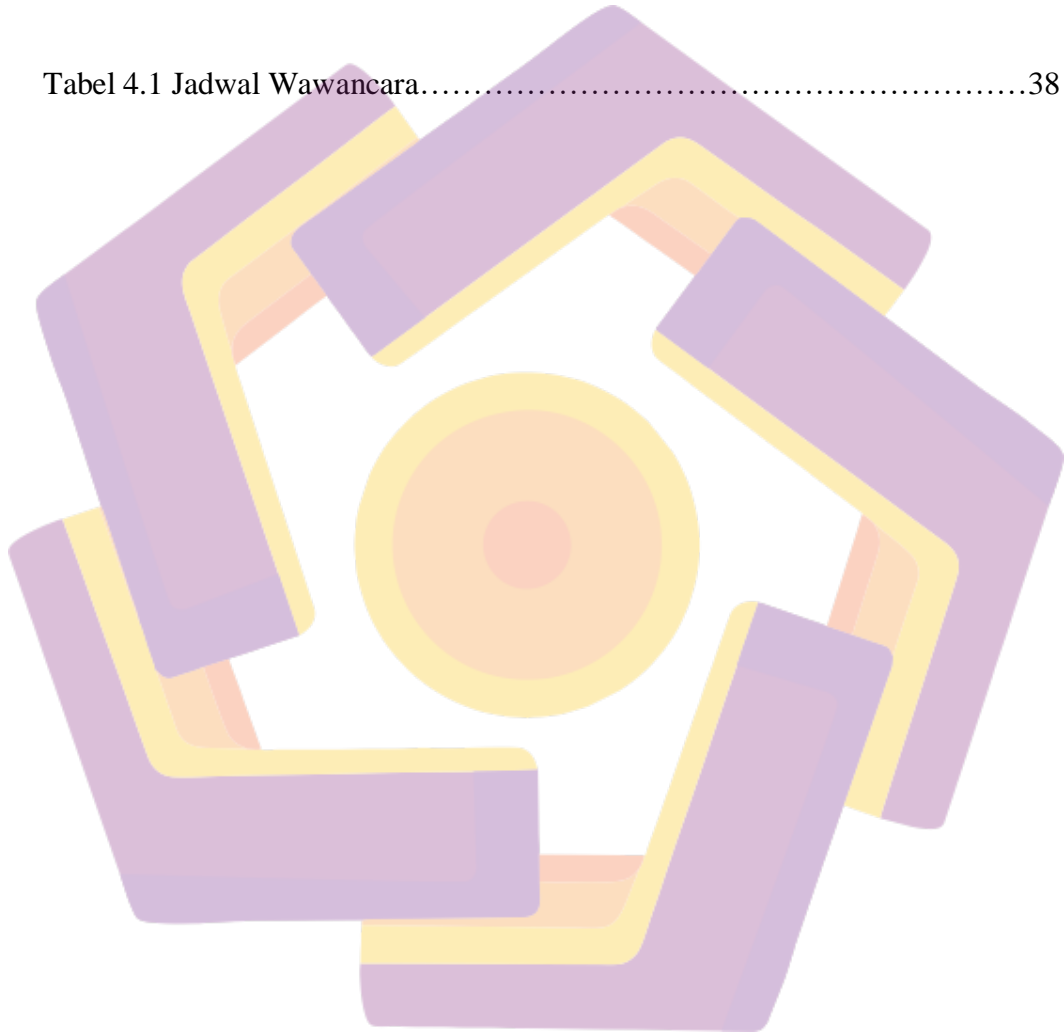
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
RINGKASAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.3. Manfaat Penelitian	7
1.4. Sistematika Bab	7
BAB II TINJUAN PUSTAKA	8
2.1. Desa Wisata	8
2.2 Brayut Sebagai Desa Wisata	8

2.2 Kunjungan Wisata.....	11
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian.....	27
3.2. Objek Penelitian.....	28
3.3. Subjek Penelitian.....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.6. Teknik Penentuan Informan.....	32
3.7. Analisis Data.....	34
3.8. Triangulasi	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil	36
4.1.1 Gambaran Umum Desa Wisata Brayut.....	36
4.1.2 Bauran Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Brayut Sleman dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung	37
4.2 PEMBAHASAN	45
BAB V PENUTUP.....	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Akademis	58
5.2.2 Saran Praktis	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....20

Tabel 4.1 Jadwal Wawancara.....38

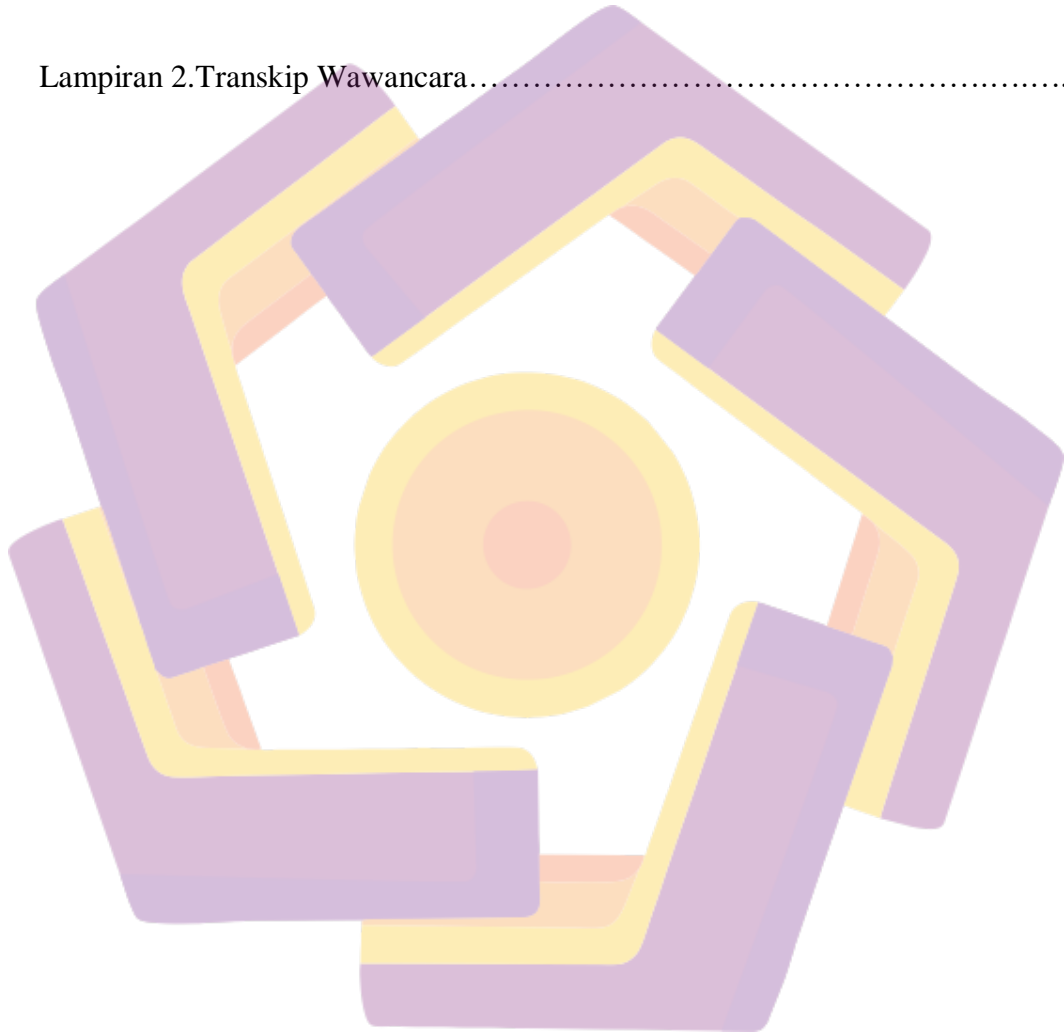


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara	2
Gambar 1.2 Rumah Joglo 1	10
Gambar 1.3 Logo Sapta Pesona.....	11
Gambar 2.1 Delapan Elemen Bauran Komunikasi.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Akun Instagram	47
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Akun TikTok	48
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Website.....	49
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Akun Youtube	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.Panduan Wawancara.....	64
Lampiran 2.Transkrip Wawancara.....	69



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai implementasi bauran komunikasi pemasaran desa wisata Brayut Sleman dalam meningkatkan jumlah kunjungan. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif menggunakan teknik pengolahan data triangulasi data metode untuk memperoleh data melalui proses wawancara dengan berbagai informan untuk memperoleh informasi yang terkait dan tepat. Pengamatan langsung di desa wisata Brayut juga dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengali informasi secara akurat. Merujuk hasil penelitian yang diperoleh adalah desa wisata Brayut dapat menjual produk wisata yang dimiliki dengan penerapan strategi bauran komunikasi pemasaran, juga dengan memanfaatkan perkembangan media komunikasi sehingga lebih hemat dan menarik dalam meningkatkan kunjungan wisata di desa wisata Brayut.

Kata Kunci : Bauran Komunikasi Pemasaran, Desa Wisata, Kunjungan Wisata.

ABSTRACT

Business development in the field of tourism objects is very rapid, tourist attractions play an important role in economic growth in Indonesia. Various tourist attractions in Indonesia, one of which is the tourist village of Brayut. Brayut tourism village is a hamlet that has been successfully managed so that it becomes a tourist destination, and has a positive impact on the residents of Brayut tourism village and its surroundings. The development or failure of Brayut tourism village is influenced by the strategy and implementation determined by the manager. This research was conducted to determine the application of marketing communication mix in Brayut tourism village. The method in this study uses qualitative descriptive methods by conducting observations, interviews, and documentation studies. The results of the research that has been conducted show that Brayut tourism village in implementing a mix of marketing communication strategies there are three elements that influence advertising, events, and public relations and publicity in increasing tourist visits.

Keywords: Marketing Communication Mix, Tourism Village, Tourism Visit.