

**STRATEGI KOMUNIKASI TRAVELXISM DALAM
MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN *STAKEHOLDERS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Strata Satu
(S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

MAULANA MALIK NAJAM

20.96.2181

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

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI TRAVELXISM DALAM
MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN *STAKEHOLDERS***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Strata Satu
(S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh:

MAULANA MALIK NAJAM

20.96.2181

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Travelxism dalam Meningkatkan Hubungan
dengan Stakeholders**

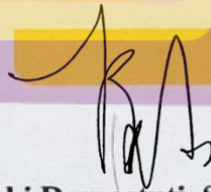
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Maulana Malik Najam

NIM 20.96.2181

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 10 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi Komunikasi Travelxism dalam Meningkatkan
Hubungan dengan *Stakeholders***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maulana Malik Najam
NIM 20.96.2181**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

25 Januari 2024

Nama Penguji

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

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

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom)
25 Januari 2024

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 Januari 2024

Yang Memberikan Pernyataan



Maulana Malik Najam

NIM 20.96.2181

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil Alamin, puji dan syukur kepada ALLAH SWT saya ucapkan atas karunia dan karunia-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang telah senantiasa berjuang dan berusaha dalam menyelesaikan skripsi ini. Kerja keras, pengorbanan, dan seluruh usaha yang dikerahkan semoga akan terus menjadi bekal yang baik untuk kedepannya. Tidak lupa untuk selalu berdoa kepada Allah SWT.

Halaman ini saya tujukan sebagai persembahan dan ungkapan terimakasih kepada semua pihak yang telah turut andil dalam penyelesaian skripsi ini. Khususnya kepadakeluarga, Ibunda saya yang telah sepenuh hati mensupport dan berdoa selama saya melaksanakan pendidikan ini. Doa dan dukungan dari beliau yang tidak pernah putus dan selalu bisa memberikan yang terbaik untuk saya sebagai anak nya. Semoga kesehatan, keberkahan, dan karunia Allah SWT selalu menyertainya, Amiin.

Persembahan berikutnya saya ucapkan kepada kekasih saya, Shafa Maulita Maulana, yang senantiasa selalu mendukung, membantu, dan memberikan apapun untuk menunjang pengerjaan skripsi ini. Terimakasih telah saling melengkapi dan berusaha untuk berjuang bersama-sama. I love you, semoga kita selalu mendapatkan keridhoan Allah SWT dalam perjalanan kita berdua, Amiin.

Tak lupa juga saya ucapkan kepada seluruh teman-teman. Mulai dari teman SMA, Magang di Travelxism dan juga teman di Cafe Kang Dhi yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyelesaian skripsi ini, sukses elalu untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa 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 laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun 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 Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Riski Damastuti, S.Sos., M.A (Dosen Pembimbing Skripsi)
5. Orang tua dan keluarga peneliti yaitu Ibunda Niken Amri Amaniah yang telah memberikan seluruh dukungan dan doa terus menerus serta kakak yang juga telah mendukung.
6. Shafa Maulita Maulana selaku kekasih peneliti yang telah memberikan semangat, waktu, dan dukungan yang tanpa henti untuk saya.
7. Seluruh staff PT. Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang telah senantiasa membantu dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
8. Mas Daniel, Mas Ahmad, Dani, Diko, dan Gendon yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada saya selama menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman magang di Travelxism yang juga telah memberikan bantuannya

Yogyakarta, 18 Januari 2024



Maulana Malik Najam

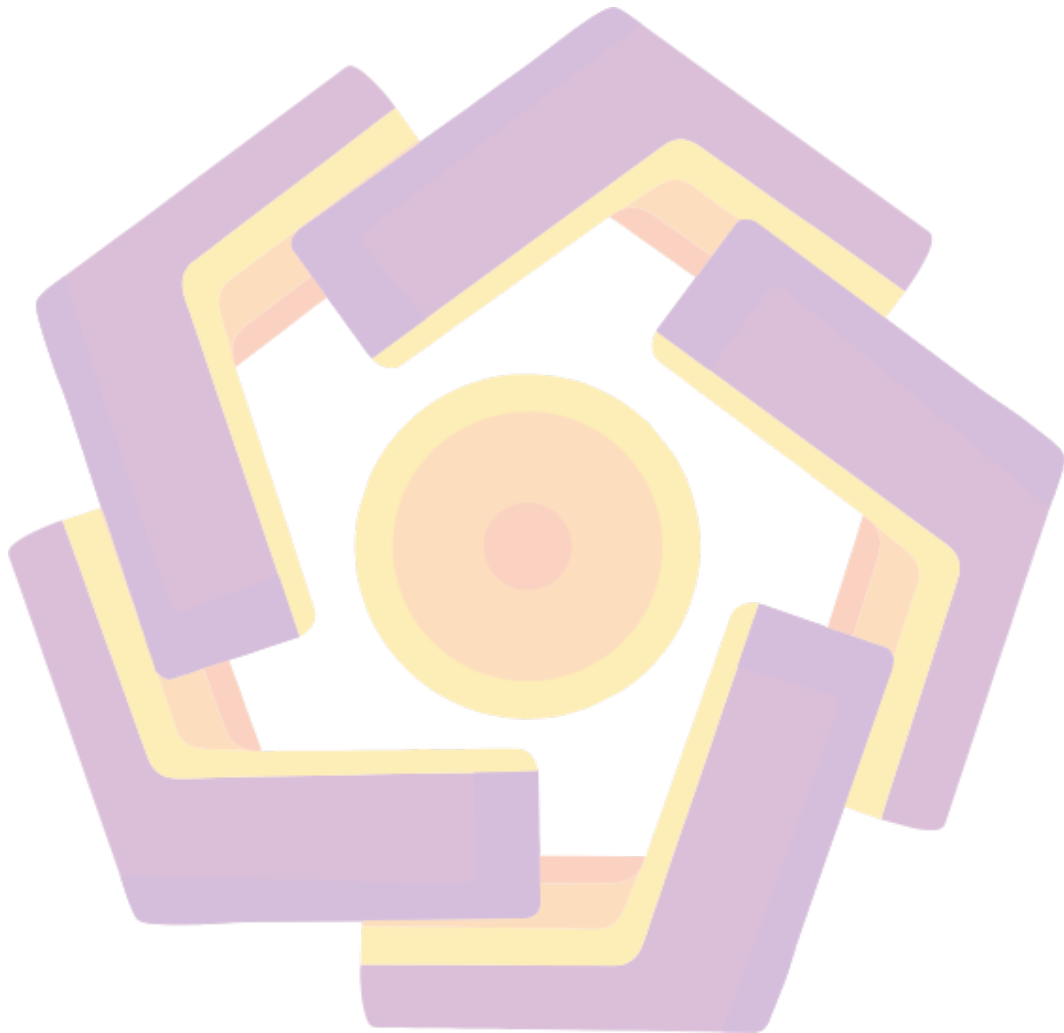
DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Berpikir	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	20

3.4 Teknik Analisis Data	22
3.5 Keabsahan Data	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Hasil Temuan Penelitian.....	24
4.2 Pembahasan	36
BAB V PENUTUP.....	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	50
TRANSKRIP WAWANCARA	51
LAMPIRAN DOKUMENTASI	67
<i>CURICULUM VITAE (CV)</i>.....	70

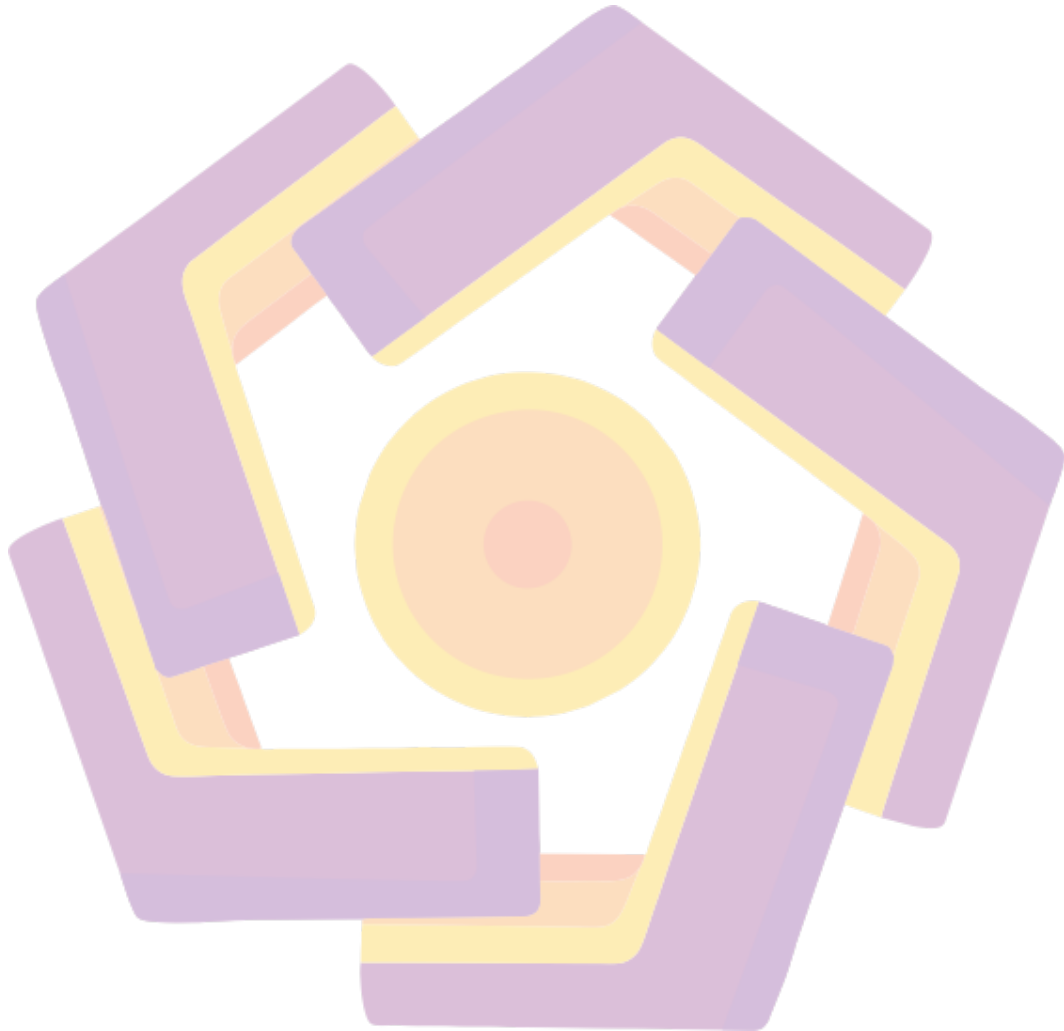
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Model Hubungan <i>Stakeholders</i>	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	14



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Daftar Klien Travelxism Travelxism	26
Gambar 4. 2 Audiensi dengan <i>Stakeholder</i>	29
Gambar 4. 3 <i>Stakeholders</i> Travelxism	38



INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali dan menganalisis berbagai strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) dalam upayanya meningkatkan hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan, khususnya terkait kerjasama Travelxism dengan kliennya. Travelxism yang bergerak pada bidang konsultan pariwisata, tour, dan media digital, tentu memiliki banyak klien yang menggunakan jasanya baik dalam lingkup pariwisata dan media. Dalam melakukan hubungan dengan para pemangku kepentingan, Travelxism menggunakan berbagai strategi komunikasi guna menjaga hubungan kerja sama yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode berupa analisis dan studi kasus terkait Travelxism dengan berbagai klien yang memiliki hubungan kerja sama. Data yang dibutuhkan diambil dari observasi langsung ke objek penelitian yaitu Travelxism. Pengambilan data dilakukan dengan menelaah, mengidentifikasi dengan pendekatan kualitatif untuk mengamati strategi komunikasi yang digunakan untuk mengelola kerjasama *stakeholders*

Hasil penelitian ini memberikan data sebagaimana Travelxism yang mampu mengelola hubungan dengan *stakeholders*. Dilihat dari sudut pandang 6 unsur strategi komunikasi yaitu, tujuan komunikasi yang jelas, mengenal audiens sebelum melakukan komunikasi, melakukan penyusunan pesan sesuai dengan tujuan komunikasi, memilih media komunikasi yang tepat, memperhatikan unsur komunikator, dan mengalami gangguan dalam proses komunikasinya. Strategi yang diterapkan oleh Travelxism sudah cukup efektif dilihat dari cepatnya perkembangan perusahaan Travelxism sejak awal berdirinya. Perkembangan ini tidaklah dapat dilepaskan dari keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan dalam kerja samanya dengan klien-klien baik di sektor pariwisata, *tour*, dan media digital.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, *Stakeholders*, Media, *Public Relations*

ABSTRACT

This research aims to explore and analyze various communication strategies implemented by PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) in its efforts to enhance relationships with various stakeholders, especially regarding its collaborations with clients. Travelxism, operating in the field of tourism consulting, tours, and digital media, naturally has many clients who utilize its services in the domains of tourism and digital media. To maintain good working relationships with stakeholders, Travelxism employs diverse communication strategies.

This study utilizes a method that involves the analysis and case study of Travelxism's relationships with various collaborating clients. The necessary data is collected through direct observations of the research subject, Travelxism. Data collection is performed by examining and identifying, using a qualitative approach, the communication strategies used to manage collaborations with stakeholders.

The results of this research provide data on how Travelxism effectively manages relationships with stakeholders. From the perspective of the six elements of communication strategy, namely clear communication goals, understanding the audience before communication, crafting messages aligned with communication goals, selecting appropriate communication media, considering the communicator's elements, and experiencing disruptions in the communication process. The strategies implemented by Travelxism appear to be quite effective, as evidenced by the rapid development of the company since its inception. This progress is inseparable from the success of the communication strategies applied in collaboration with clients in the tourism, tour, and digital media sectors.

Keywords: *Communication Strategies, Stakeholders, Media, Public Relations*