

**STRATEGI KOMUNIKASI DUTA WISATA DIMAS DIAJENG DALAM  
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DAN BUDAYA KOTA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**



**Disusun oleh:**

**STELLA LEVINA**  
20.96.2027

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DUTA WISATA DIMAS DIAJENG DALAM  
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DAN BUDAYA KOTA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

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



**Disusun oleh:**

STELLA LEVINA  
20.96.2027

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**Strategi Komunikasi Duta Wisata Dimas Diajeng Dalam Mempromosikan  
Pariwisata dan Budaya Kota Yogyakarta**

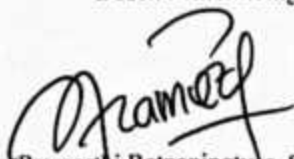
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Stella Levina  
20.96.2027



telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 22 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**Strategi Komunikasi Duta Wisata Dimas Diajeng Dalam Mempromosikan  
Pariwisata dan Budaya Kota Yogyakarta**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Stella Levina  
20.96.2027

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 21 Februari 2024

**Nama Penguji**  
Nama Penguji

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

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

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

**Tanda Tangan**



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

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial  
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, 14 Maret 2024



Stella Levina

NIM. 20.96.2027

## 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 (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 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. (Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. (Pembimbing)
5. (Pihak instansi/objek penelitian)\*
6. Dan lain-lain

\*tentatif

Yogyakarta, 14 Maret 2024



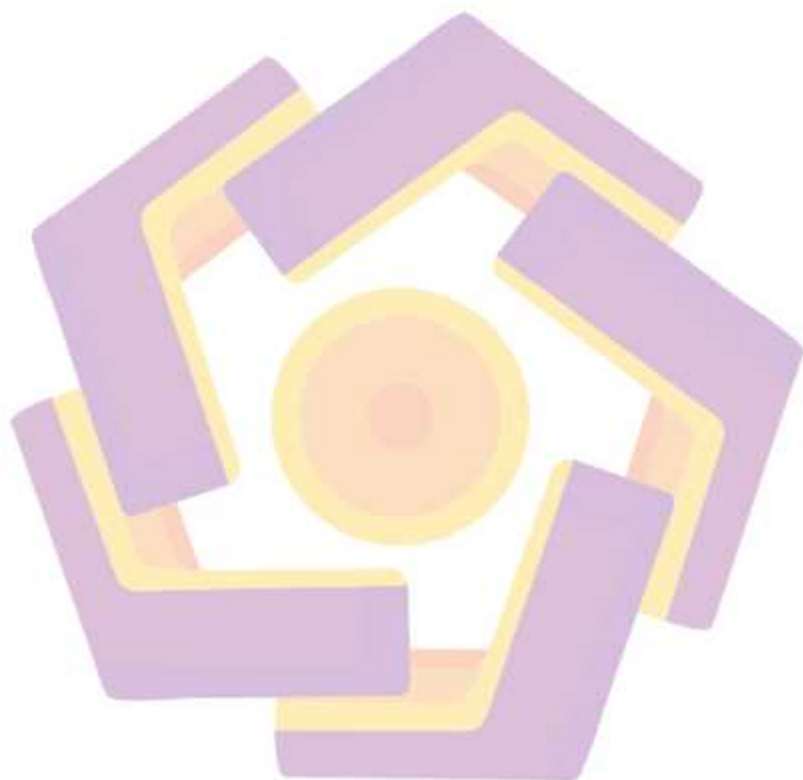
Stella Levina

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
BAB II METODE PENELITIAN .....	4
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....	5
BAB IV KESIMPULAN .....	9
DAFTAR PUSTAKA .....	10
LAMPIRAN .....	12

## DAFTAR TABEL

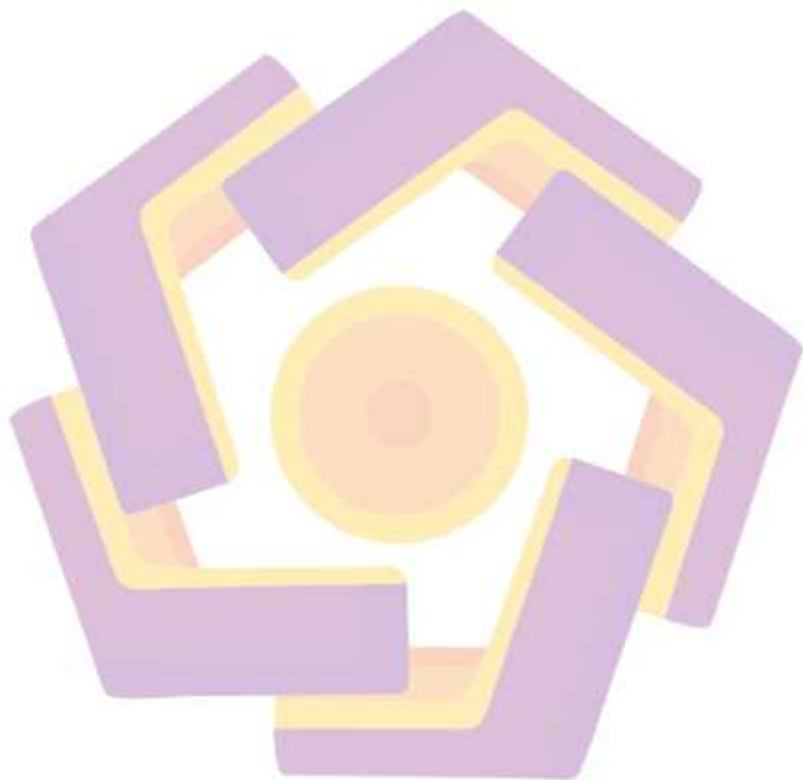
Tabel 1. Transisi Jumlah Wisatawan.....	2
---	---





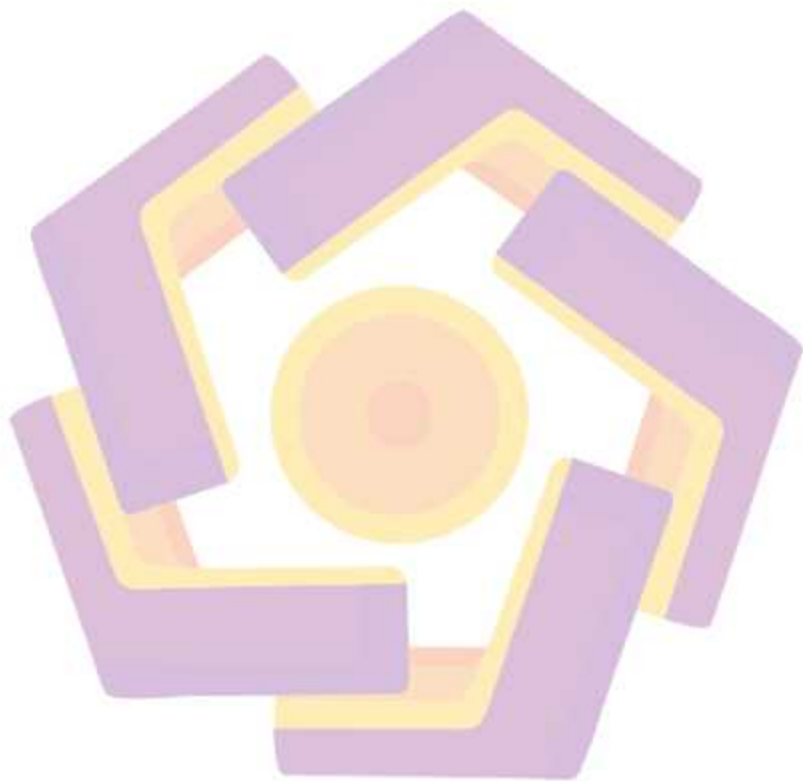
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dimas Diajeng.....	6
Gambar 2 Dimas Diajeng.....	7



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	12
------------------	----



## **ABSTRACT**

*Dimas Diajeng is the implementation of the Tourism Ambassador in the Yogyakarta City area who has a certain term of office and period, namely for two years in carrying out his duties and obligations as a representative of the city's sons and daughters in empowering tourism and culture. The aim of this research is to find out and describe Dimas Diajeng's strategy in dealing with changes during the pandemic to endemic times in promoting tourism and culture in the city of Yogyakarta. The theory used in this research is Dimas Diajeng's strategic planning theory in promoting tourism and culture in the city of Yogyakarta. This research approach uses descriptive qualitative with data collection methods through interviews and observation. From the results of this research, it can be seen that the efforts made by Dimas Diajeng in dealing with the pandemic to the endemic were by promoting economic tourism in Yogyakarta by carrying out umkm branding marketing strategies which influenced the increase in promoting tourism and culture in the city of Yogyakarta so that it could arouse tourist interest during the pandemic to the endemic.*

*Keywords: Dimas Diajeng, Tourist Ambassador, Tourist, Culture.*

## **ABSTRAK (Bahasa Indonesia)**

Dimas Diajeng merupakan implemetasi Duta Wisata di daerah Kota Yogyakarta yang memiliki masa jabatan dan periode tertentu yaitu selama dua tahun dalam menjalankan tugas dan kewajibanya sebagai representasi putra-putri kota dalam pemberdayaan pariwisata dan budaya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi Dimas Diajeng dalam menghadapi perubahan masa pandemi hingga endemi dalam mempromosikan pariwisata dan budaya Kota Yogyakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perencanaan strategis Dimas Diajeng dalam mempromosikan pariwisata dan budaya Kota Yogyakarta. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan Dimas Diajeng dalam menghadapi pandemi hingga endemi dengan mempromosikan pariwisata ekonomi di Yogyakarta dengan melakukan, strategi branding marketing umkm yang mempengaruhi peningkatan dalam mempromosikan pariwisata dan budaya Kota Yogyakarta agar dapat membangkitkan minat wisatawan saat pandemi hingga endemi.

**Kata Kunci:** Dimas Diajeng, Duta Wisata, Pariwisata, Budaya.