

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PARIWISATA DESTINASI  
WISATA DOLANDESO BORO KULONPROGO**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Trias Ayu Lestari

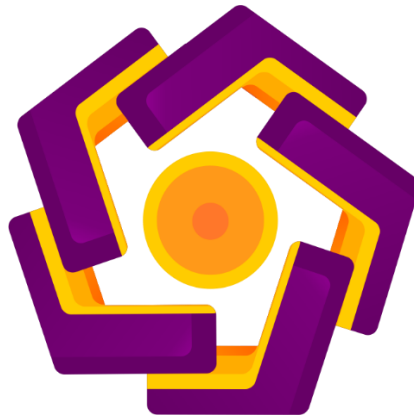
20.96.2168

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

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PARIWISATA DESTINASI  
WISATA DOLANDESO BORO KULONPROGO**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

Trias Ayu Lestari

20.96.2168

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

**LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI**


**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PARIWISATA DESTINASI  
WISATA DOLANDESO BORO KULONPROGO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Trias Ayu Lestari**  
**20.96.2168**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 6 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



**Dr. Kalis Purwanto, MM.**

**NIK. 190302357**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PARIWISATA DESTINASI  
WISATA DOLANDESO BORO KULONPROGO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Trias Ayu Lestari**  
**20.96.2168**

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Pada tanggal 21 Agustus 2024

**Nama Penguji**

**Dr. Junaidi, S.Ag., M.Hum., M.Kom.**  
**NIK. 19030 2599**

**Mulvadi Erman, S.Ag., MA.**  
**NIK. 190302571**

**Dr. Kalis Purwanto, MM.**  
**NIK. 190302357**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(21 Agustus 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, 15 Juli 2024

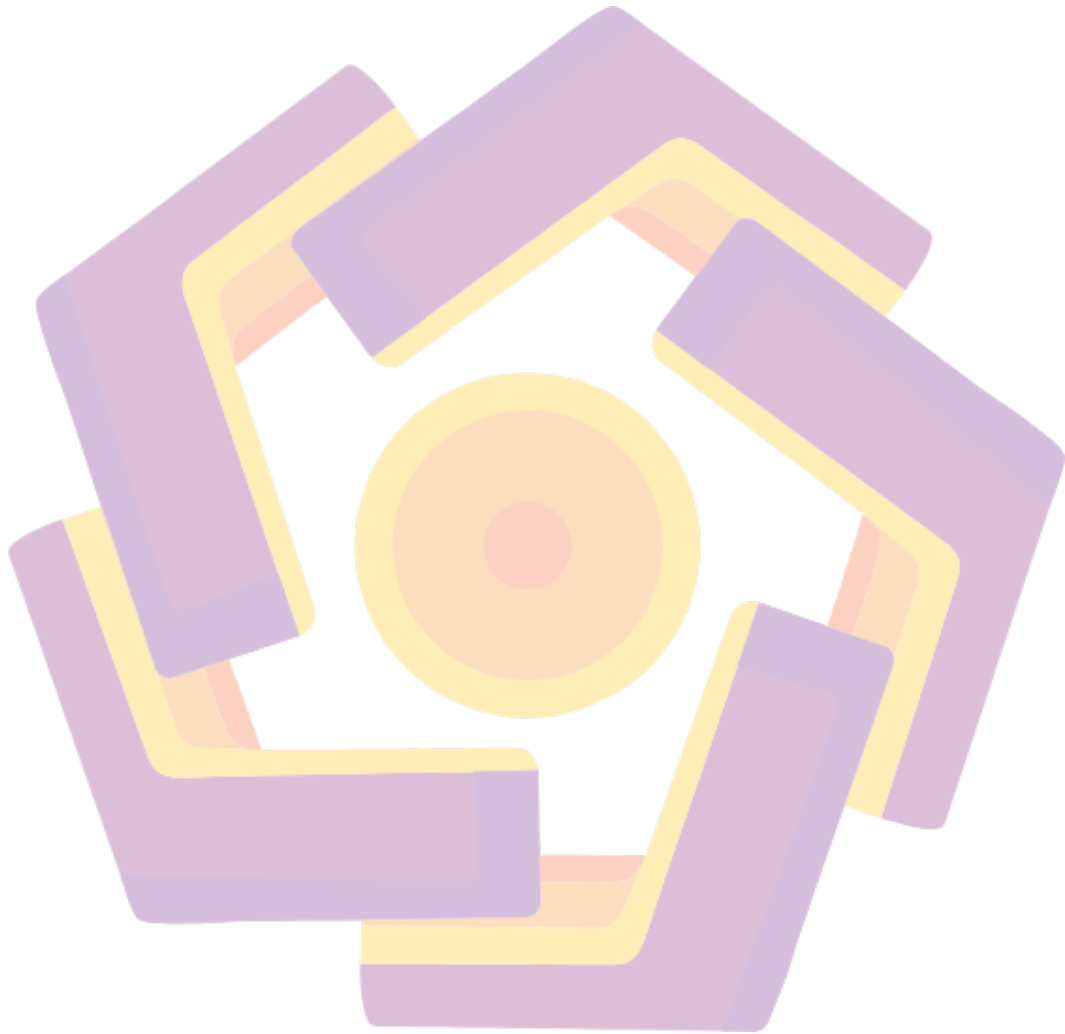


Trias Ayu Lestari

NIM. 20.96.2168

## **MOTTO**

**Sesulit apapun jalannya, serumit apapun masalahnya, seberat apapun ujiannya “Ingatlah, Sesungguhnya pertolongan Allah itu dekat” QS.Al-Baqarah:214**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Karya saya persembahkan untuk;

Kedua Orang Tua tercinta Bapak “Sutarno” dan Ibu “Sri Lestari”

Eyang Kakung dan Mbah Bulik tersayang

Kakak Lena Purnama Putri, Utha Asmaradi, dan adek saya Divanisa Anggie Sabila

Penyemangat saya Bripda Wisnu Dhita Namora

Almamater Tercinta Program Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta

Keluarga Besar Ilmu Komunikasi Khususnya Angkatan 2020 Universitas Amikom Yogyakarta

Terimakasih atas semua Doa

## 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. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Erik Hadi Saputra selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Kalis Purwanto, Dr, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selalu mendukung, meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran, masukan serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
5. Seluruh dosen dan staff pengajar program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis dengan tulus.
6. Kedua orangtua yaitu Bapak Sutarno dan Ibu Sri Lestari karena sudah memberikan dukungan serta apresiasi dalam penyusunan skripsi dalam bentuk materi, jasmani, dan rohani.
7. Bapak Sugihartono dan Ibu Wita Isriyanti selaku owner yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di DolanNdeso Boro, Kulonprogo. Bimbingan serta arahan yang diberikan oleh



para staff karyawan Dolandeso Boro, Kulonprogo menjad landasan penting dalam penulisan tugas akhir ini.

8. Teman-teman dan juga sahabat Enike, Maylena, Anne, Nisa, Afi, Isnain, Dantya, Septi, Yaya, Nimas dan Khusnul yang sudah memberikan semangat serta motivasi dalam penyusunan skripsi.
9. Terima kasih untuk teman-teman Ilmu Komunikasi 08 angkatan 2020 yang selalu memberikan support serta dukungan dan juga untuk kebersamaanya selama masa kuliah.

Bagi seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan, penulis mengucapkan terimakasih banyak atas segala bantuan dan partisipasinya serta mohon maaf apabila ada kesalahan yang pernah dilakukan oleh penulis. Semoga amal dan kebaikan dan bantuannya mendapatkan balasan dari Allah SWT. Kesempurnaan hanya milih Allah SWT, begitupun skripsi ini disusun dengan segala keterbatasan dan kekurangan. Dengan begitu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi kecil dalam pemahaman praktis ilmu komunikasi dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ini. Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan, Terima kasih.

Yogyakarta, 2 Agustus 2024

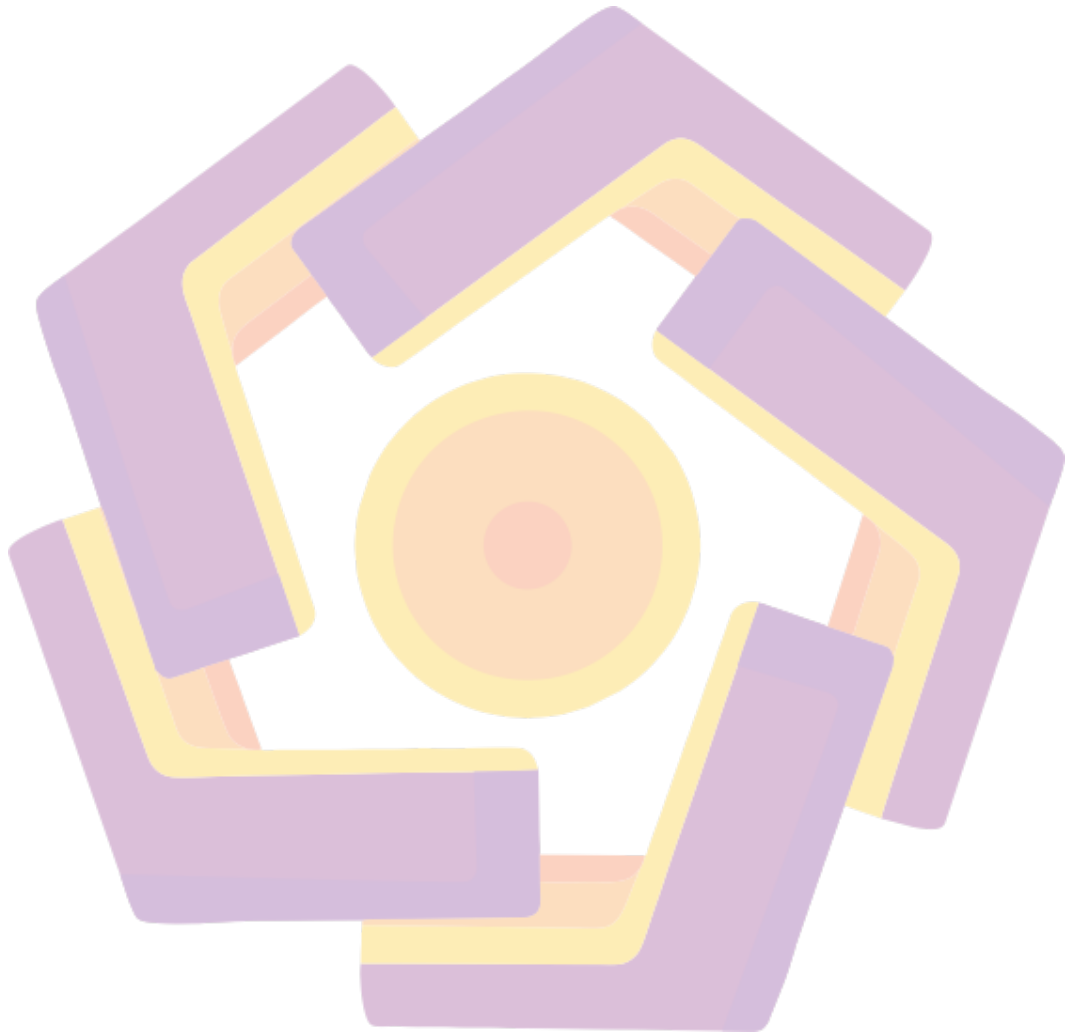
(Trias Ayu Lestari)

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>I</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>II</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>XIV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Strategi Komunikasi Marketing .....	8
2.2 Komunikasi Marketing Pariwisata .....	11
2.3 Word of Mouth .....	12
2.4 Kerangka Berpikir .....	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	15

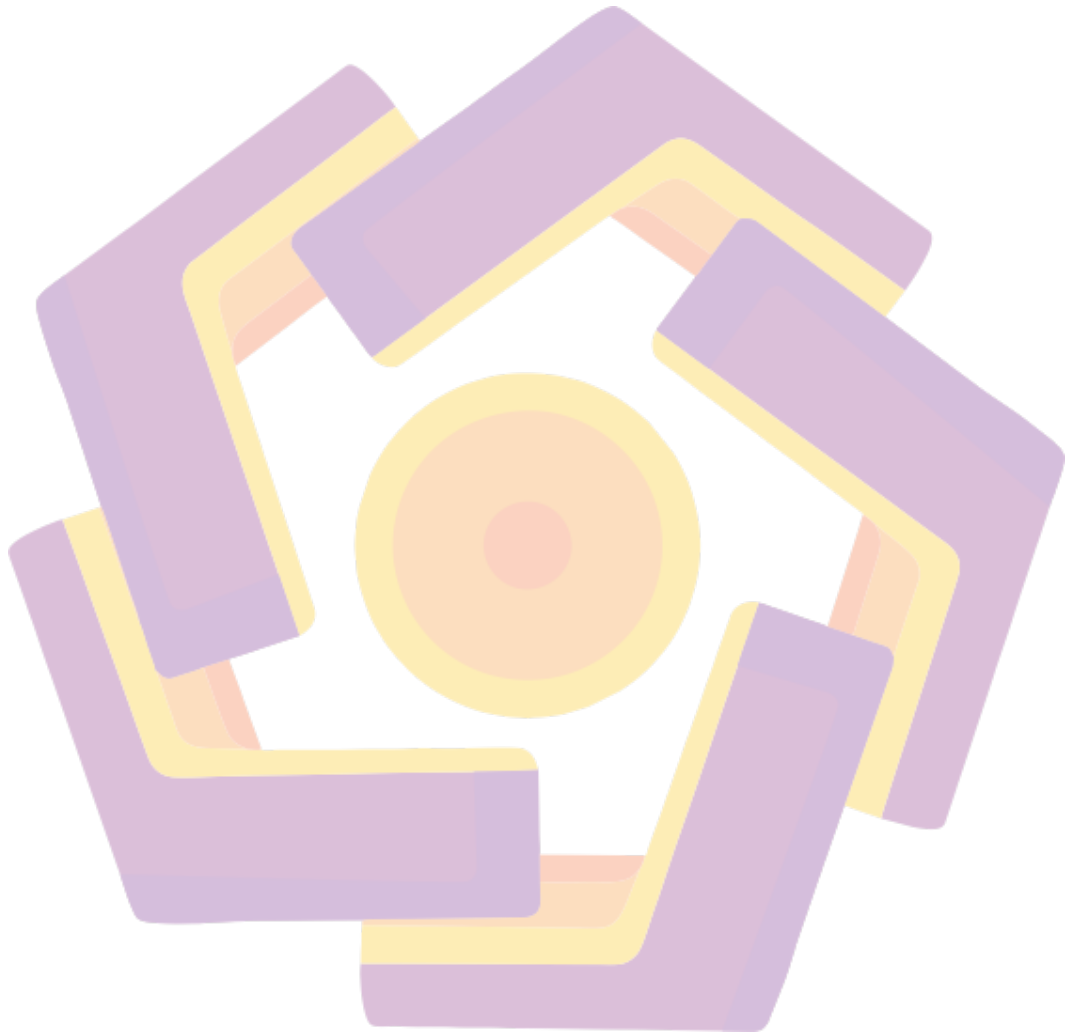
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	17
3.2 Pendekatan Penelitian.....	17
3.3 Metode Penelitian.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.5 Jenis dan Sumber.....	21
3.5.1 Data Primer .....	21
3.5.2 Data Sekunder.....	21
3.6 Objek Penelitian .....	22
3.7 Subjek Penelitian.....	22
3.8 Teknik Analisis Data .....	22
3.8.1 Reduksi Data.....	23
3.8.2 Penyajian Data .....	23
3.8.3 Penarikan Kesimpulan .....	23
3.9 Uji Keabsahan Data.....	24
3.9.1 Triangulasi Sumber.....	24
3.9.2 Triangulasi Teknik.....	24
3.9.3 triangulasi Waktu .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
4.1 Hasil Temuan Penelitian.....	26
4.1.1 Destinasi Wisata Dolandeso Boro Kulonprogo .....	26
4.1.2 Bagan struktur organisasi dolandeso .....	29
4.1.3 Struktur Organisasi Dolandeso Boro .....	29
4.1.4 Informasi dan karakteristik .....	30
4.2 Hasil Wawancara.....	32

4.2 Pembahasan .....	45
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>54</b>



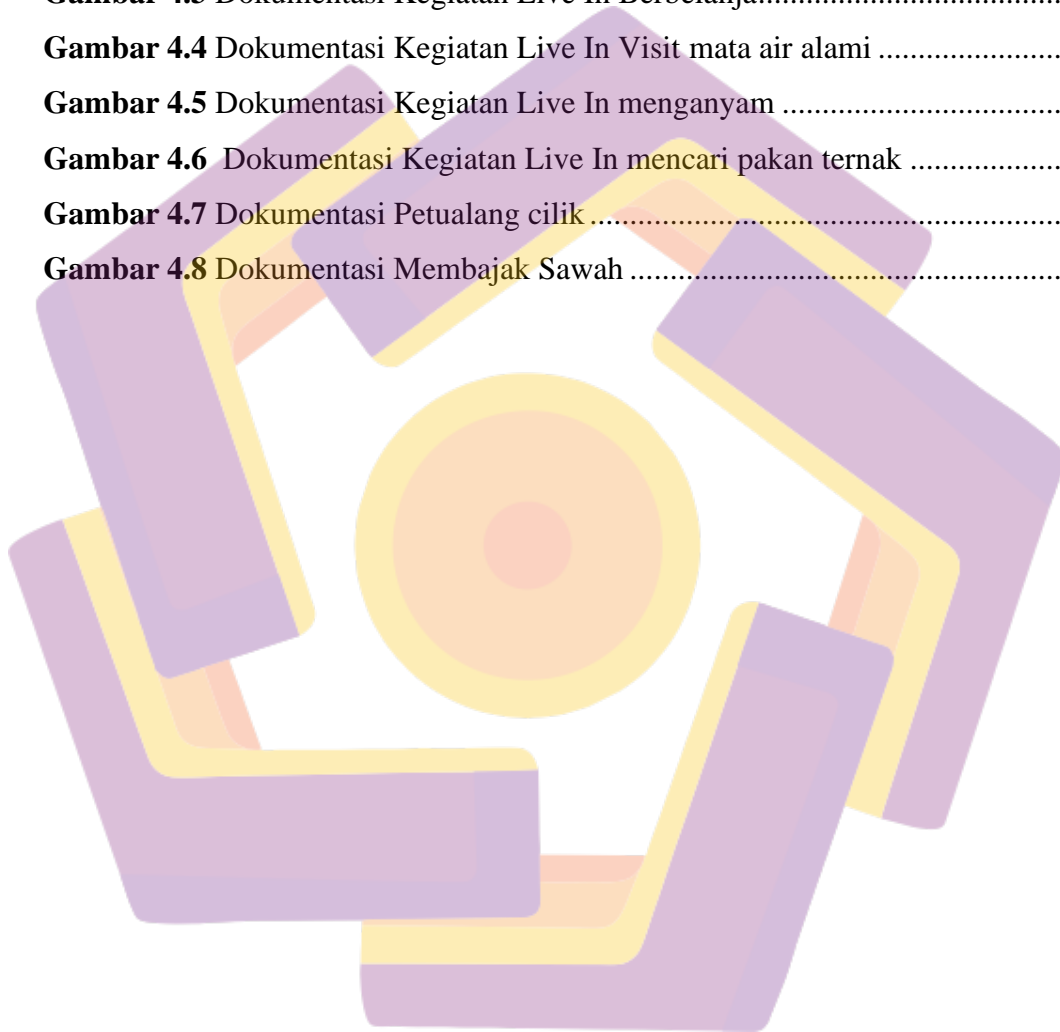
## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	14
--	----



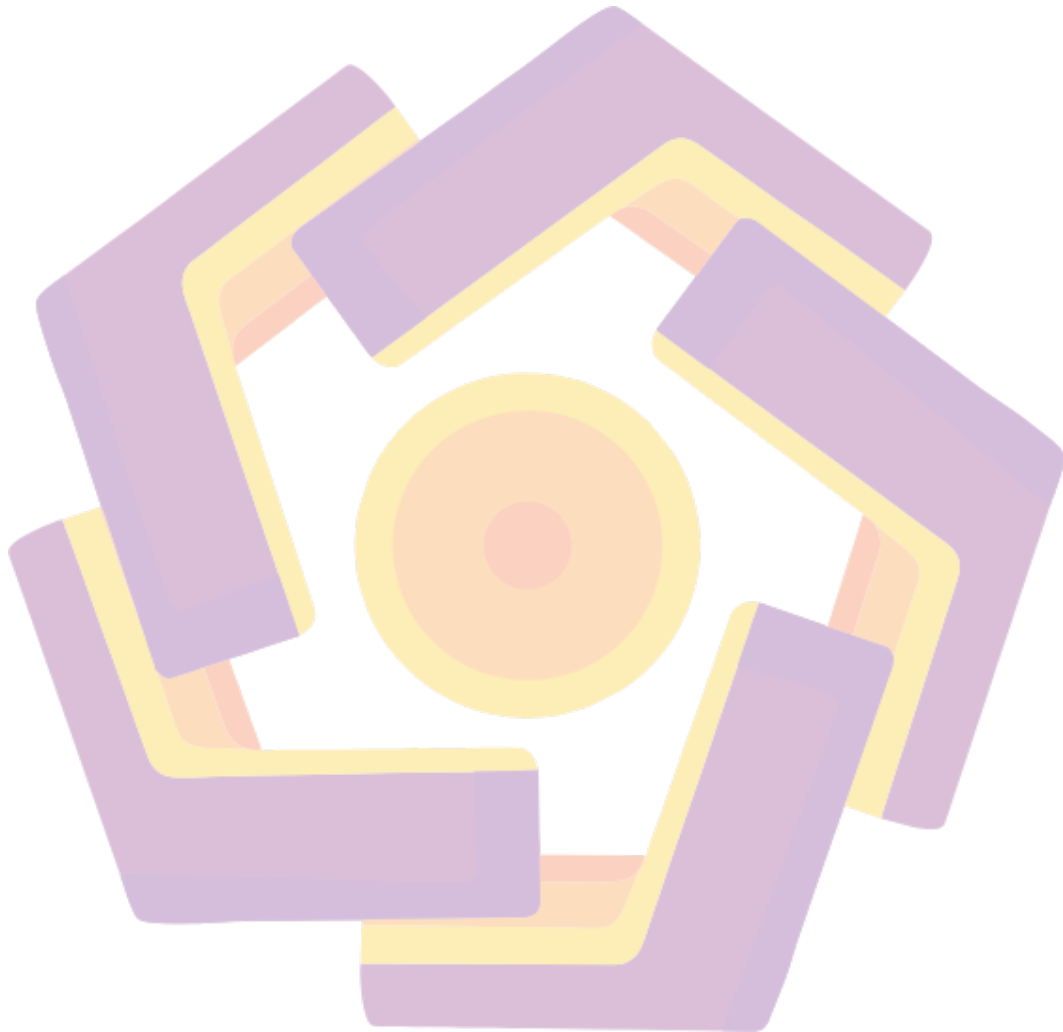
## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Perkembangan Pariwisata Indonesia .....	2
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Berpikir .....	13
<b>Gambar 4.1</b> Logo Dolandeso Boro.....	25
<b>Gambar 4.2</b> Struktur Organisasi .....	28
<b>Gambar 4.3</b> Dokumentasi Kegiatan Live In Berbelanja.....	33
<b>Gambar 4.4</b> Dokumentasi Kegiatan Live In Visit mata air alami .....	33
<b>Gambar 4.5</b> Dokumentasi Kegiatan Live In menganyam .....	34
<b>Gambar 4.6</b> Dokumentasi Kegiatan Live In mencari pakan ternak .....	34
<b>Gambar 4.7</b> Dokumentasi Petualang cilik.....	36
<b>Gambar 4.8</b> Dokumentasi Membajak Sawah .....	38



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b> Daftar Wawancara .....	52
<b>Lampiran 2</b> Triangulasi Sumber.....	54
<b>Lampiran 3</b> Dokumentasi Wawancara .....	56
<b>Lampiran 4</b> Sosial Media dan WEB.....	57



## INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi marketing destinasi wisata Dolandeso Boro, strategi komunikasi marketing word of mouth. Destinasi wisata Dolandeso Boro Kulonprogo menjadi objek untuk penelitian penulis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Informan penelitian utama adalah Direktur destinasi wisata, informan pendukung adalah Tim Operasional dan serta staff Officer serta salah satu event organizer sebagai konsumen Dolandeso Boro Kulonprogo. Peneliti dapat melakukan pengumpulan data dengan cara observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, dalam penerapan strategi komunikasi marketing, Dolandeso Boro memiliki keterkaitan dengan mengimplementasikan teori 4P (product, Price, Place, an Promotion) dan *word of mouth* sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi marketing menggunakan *word of mouth* sudah berjalan sejak awal didirikannya Dolandeso, serta menggunakan sosial media marketing, hanya saja dalam pengelolaan sosial media belum optimal sehingga perlu untuk mengakomodir hal tersebut guna memperluas pasar.

**Kata Kunci:** Strategi, Marketing, Komunikasi, Word of mouth, Pariwisata, Produk/Jasa



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the marketing communication strategy for the Dolandesoro Boro tourist destination, word of mouth marketing communication strategy. The tourist destination Dolandesoro Boro Kulonprogo became the object of the author's research. In this research, researchers used descriptive analysis research methods. The main research informant is the Director of the tourist destination, supporting informants are the Operations Team and staff officers as well as one of the event organizers as consumers of Dolandesoro Boro Kulonprogo. Researchers can collect data by direct observation, interviews and documentation. Data analysis was carried out through data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this research show that, in implementing marketing communication strategies, Dolandesoro Boro is related to implementing the 4P theory (product, price, place, promotion) and word of mouth so it can be concluded that the implementation of marketing communication strategies using word of mouth has been running since When Dolandesoro was first established, it also used social media marketing, but social media management was not yet optimal so it was necessary to accommodate this in order to expand the market.*

**Keyword:** *Strategy, Marketing, Word of Mouth, Tourism, Product/Service*