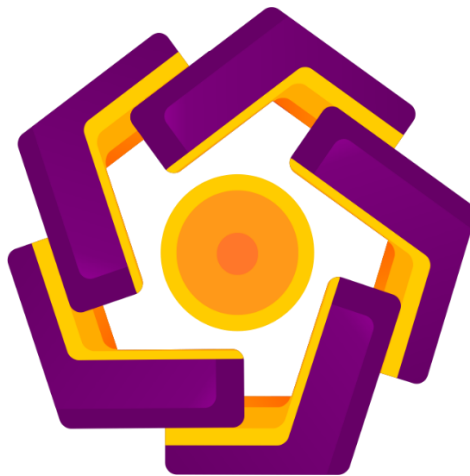


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WINS TOUR
TRAVEL DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGGUNA JASA
TRAVEL**

Skripsi



Disusun Oleh:

Keysha Mutiara Citra Maharani

21.96.2681

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WINS TOUR TRAVEL
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGGUNA JASA TRAVEL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Keysha Mutiara Citra Maharani
21.96.2681

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 12 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



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

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WINS TOUR TRAVEL
DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGGUNA JASA TRAVEL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Keysha Mutiara Citra Maharani
21.96.2681

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 27 Februari 2025

Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

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

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
tanggal 12 Maret 2025

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, 12 Maret 2025



Keysha Mutiara Citra Maharani

NIM. 21.96.2681

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WINS TOUR TRAVEL DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGGUNA JASA TRAVEL"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan sangat membutuhkan kritik serta saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa depan. Tentu saja, dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan dukungan moral dan fasilitas selama proses studi.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan arahan.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan akademik yang sangat berharga.
4. Ibu Riski Damastuti, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini, serta memberikan kritik dan saran.
5. PT. Wins Tour Travel selaku pihak instansi/objek penelitian yang telah bersedia menjadi objek penelitian.
6. Alm. Bapak Mashuri Adi Susanto, papah penulis tercinta yang telah meninggalkan penulis sejak kecil. Meskipun waktu yang kita miliki bersama sangat singkat, kenangan bersama papah akan selalu hidup dalam ingatan dan hati penulis. Semoga skripsi ini dapat menjadi bukti bahwa meskipun papah telah tiada, pengaruhnya tetap hidup dalam

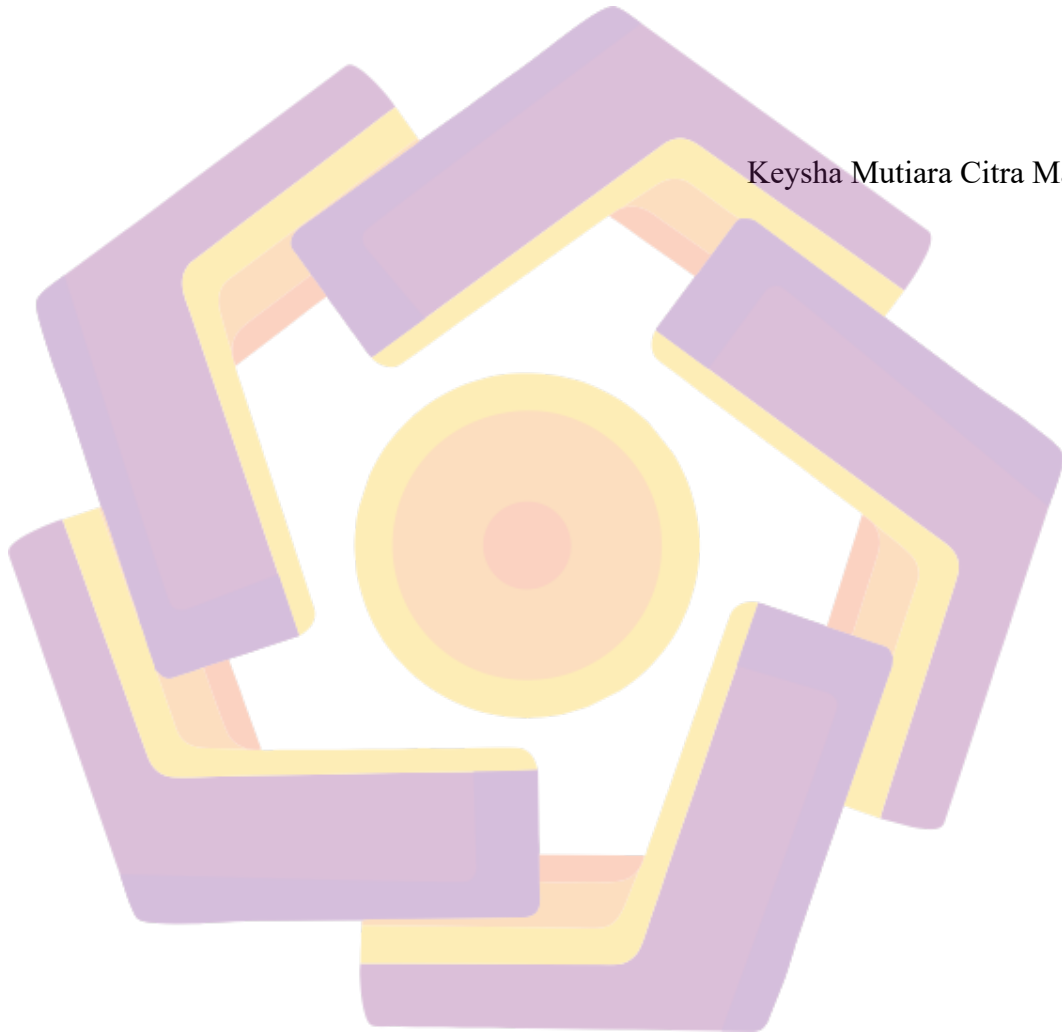
diri penulis. Penulis berharap dapat membuat papah bangga, meskipun hanya dari kejauhan.

7. Bunda Sri Maryati, wanita hebat dan cantik yang sudah melahirkan penulis, terimakasih atas seluruh doa yang tidak pernah ada habisnya. Yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan juga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga bunda selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, serta kebahagiaan yang tiada hentinya aamiin.
8. Kakak laki-laki penulis Anggita Gilang Firmansyah, terimakasih karena sudah menjadi seseorang pengganti papah yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan finansial selama penulis menjalankan perkuliahan, semoga selalu dipeluk kebahagiaan aamiin.
9. Adik perempuan penulis Arikha dan Afiza, yang selalu membuat penulis semangat, tumbuhlah menjadi versi yang lebih hebat ya.
10. Lisa Arnedi S.I.Kom selaku sahabat terdekat penulis yang sudah penulis anggap sebagai kakak sendiri, yang selalu membantu dan memotivasi penulis tiada henti. Terimakasih karena sudah ada, semoga selalu menjadi sahabat penulis selamanya.
11. Azka Ibnu Harby Adyatama, terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis. berkontribusi banyak dalam penyusunan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun materi. Menjadi pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
12. Sahabat penulis semasa perkuliahan Erica Ferliana dan Albi Dian Nata, terimakasih karena selalu memberikan dukungan satu sama lain, selalu mengingatkan satu sama lain dalam menyusun skripsi, terimakasih sudah menjadi teman cerita, canda, tawa penulis dari awal perkuliahan hingga akhir, semoga seterusnya akan tetap seperti itu.
13. Nessa Kamalika dan Yolla Chantika, terimakasih atas support yang selalu diberikan kepada penulis terus-menerus yang tidak akan mungkin penulis lupakan.
14. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri. Terimakasih Keysha Mutiara Citra Maharani yang telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri, yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan perkuliahan ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu

berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup, tetap semangat kamu pasti bisa untuk menjadi kebanggan keluarga.

Yogyakarta, 10 Februari 2025

Keysha Mutiara Citra Maharani

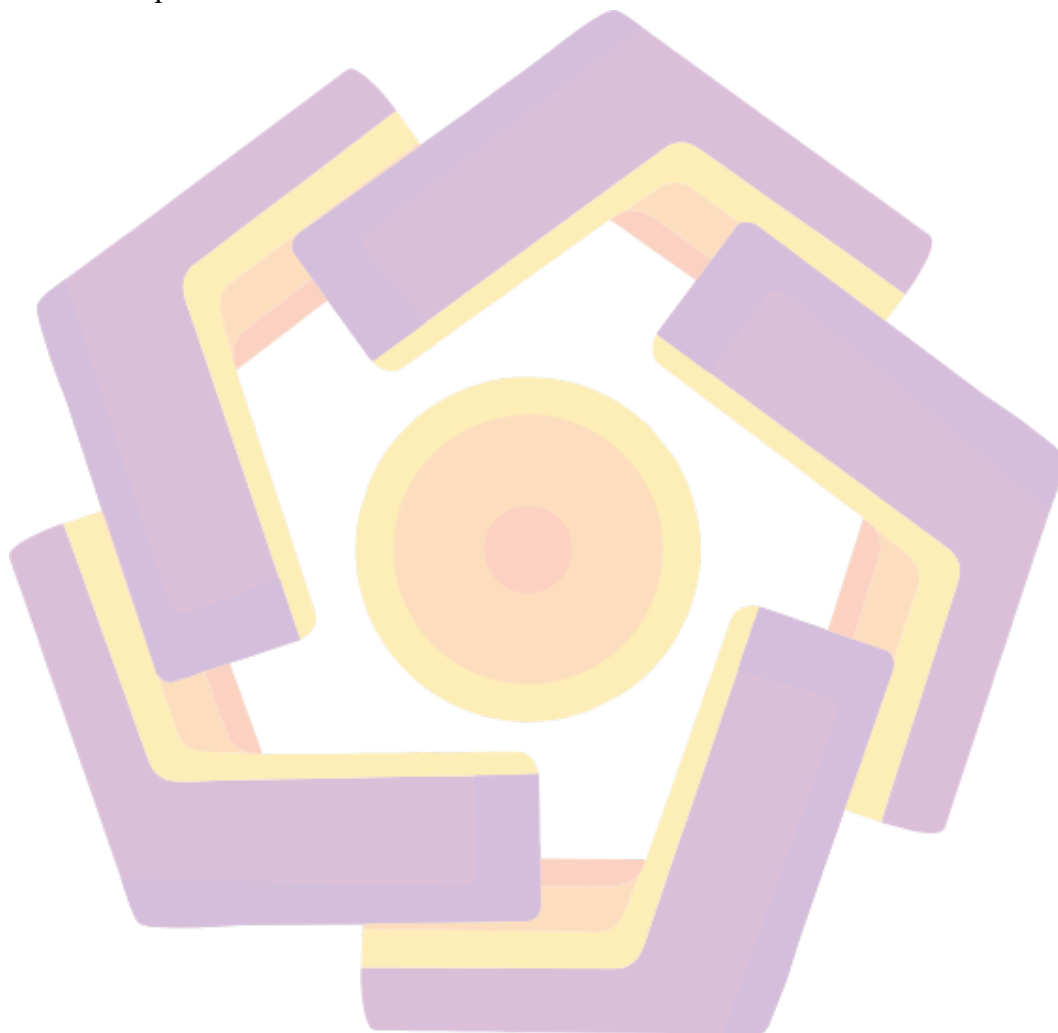


DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Orisinalitas	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Bab.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Marketing Communication Mix	18
2.2.2 Teori Bauran Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.3 Minat Beli	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	26

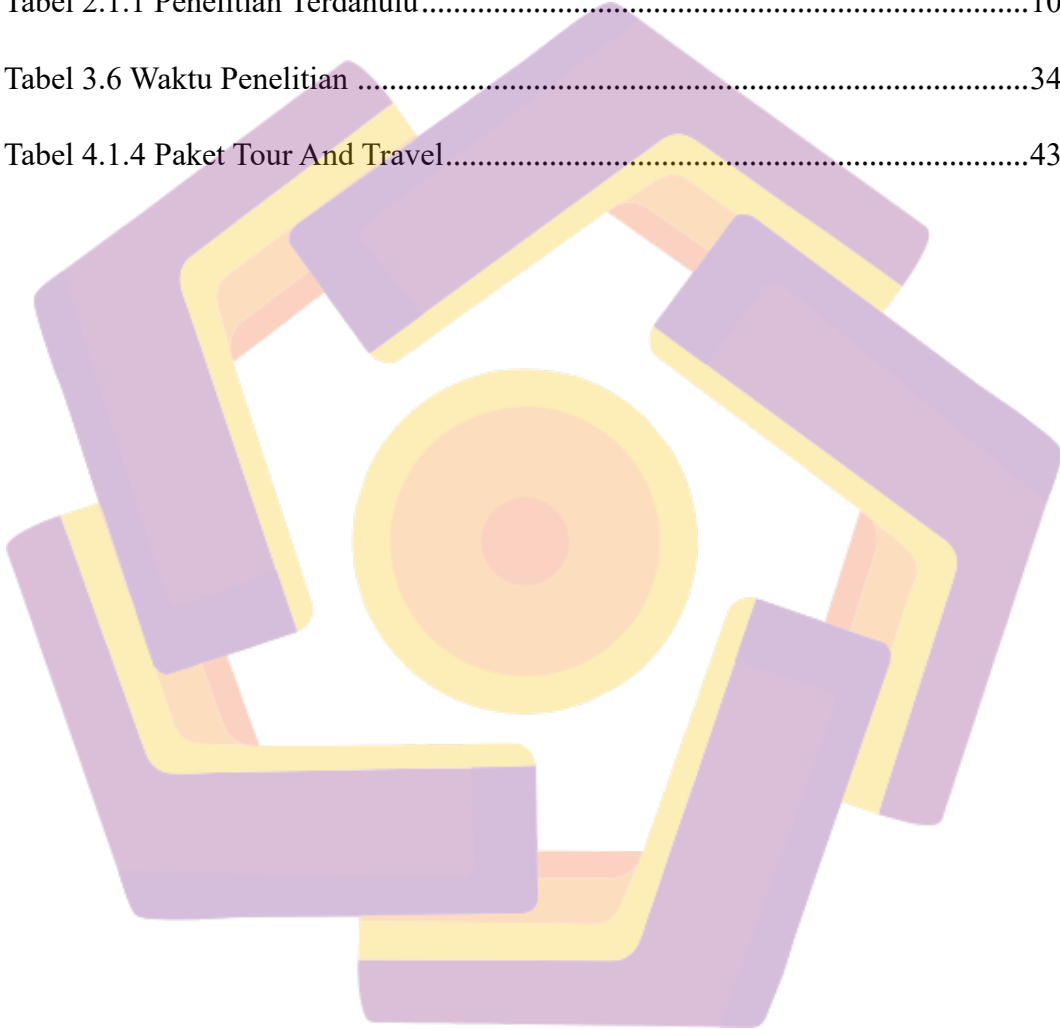
BAB III METODELOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian	29
3.4 Subjek Dan Objek Penelitian	30
3.4.1 Subjek Penelitian	30
3.4.2 Objek Penelitian.....	31
3.5 Teknik Pengambilan Data	31
3.6 Waktu Penelitian	34
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian	37
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Temuan Penelitian.....	39
4.1.1 Profile Informan.....	39
4.2.1 Visi Dan Misi PT. Wins Tour Travel	41
4.1.3 Sejarah Singkat PT. Wins Tour Travel	41
4.1.4 Paket Tour And Travel	42
4.2 Hasil	45
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Wins Tour Travel	48
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Pentingnya Segmentasi Untuk Menjangkau Khalayak.....	62
4.3.2 Penggunaan Bauran Komunikasi Pemasaran PT. Wins Tour Travel Dalam Meningkatkan Minat Pengguna Jasa Travel	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
Daftar Pustaka	74
Daftar Lampiran.....	81



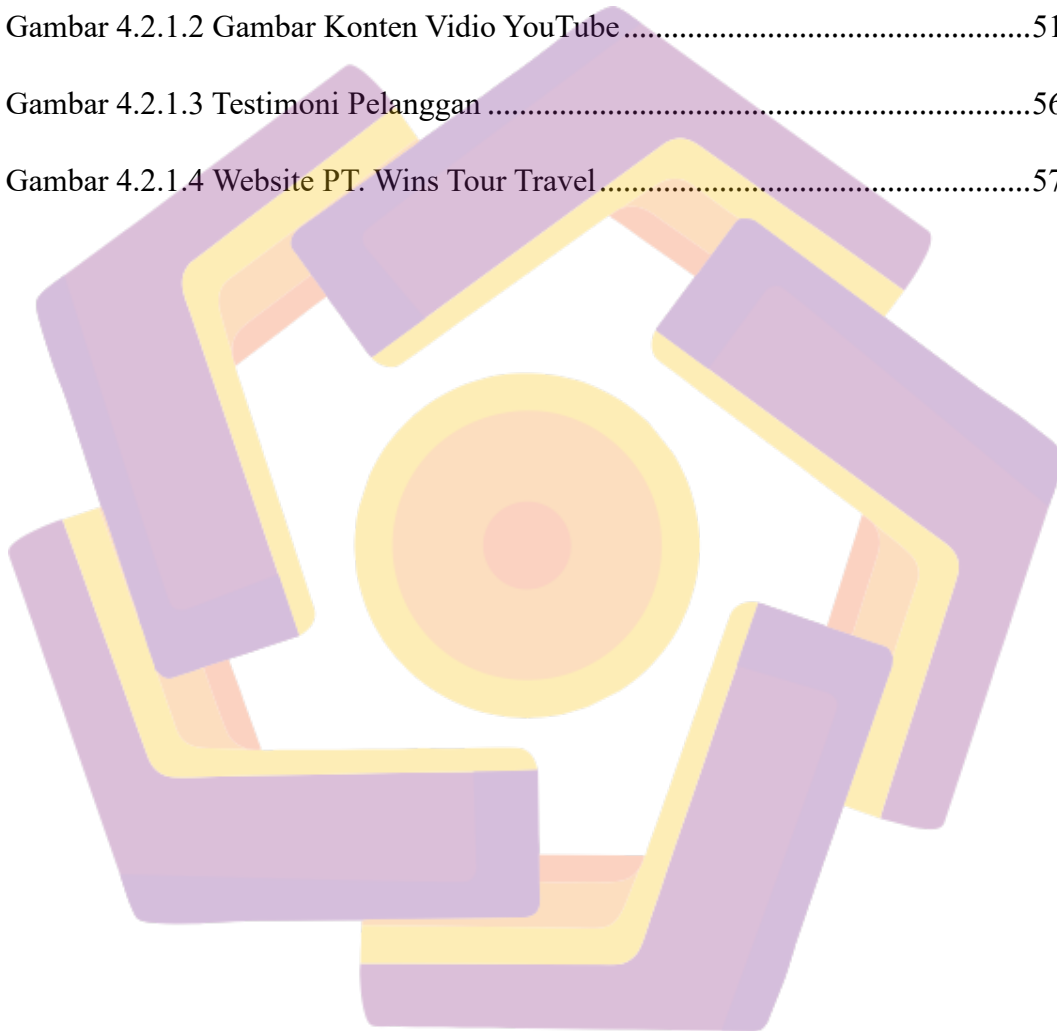
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Data Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Berskala Menengah dan Besar Tahun 2007 – 2011	2
Tabel 1.1.2 Beberapa Perusahaan Travel Di Kecamatan Cilincing	5
Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.6 Waktu Penelitian	34
Tabel 4.1.4 Paket Tour And Travel.....	43



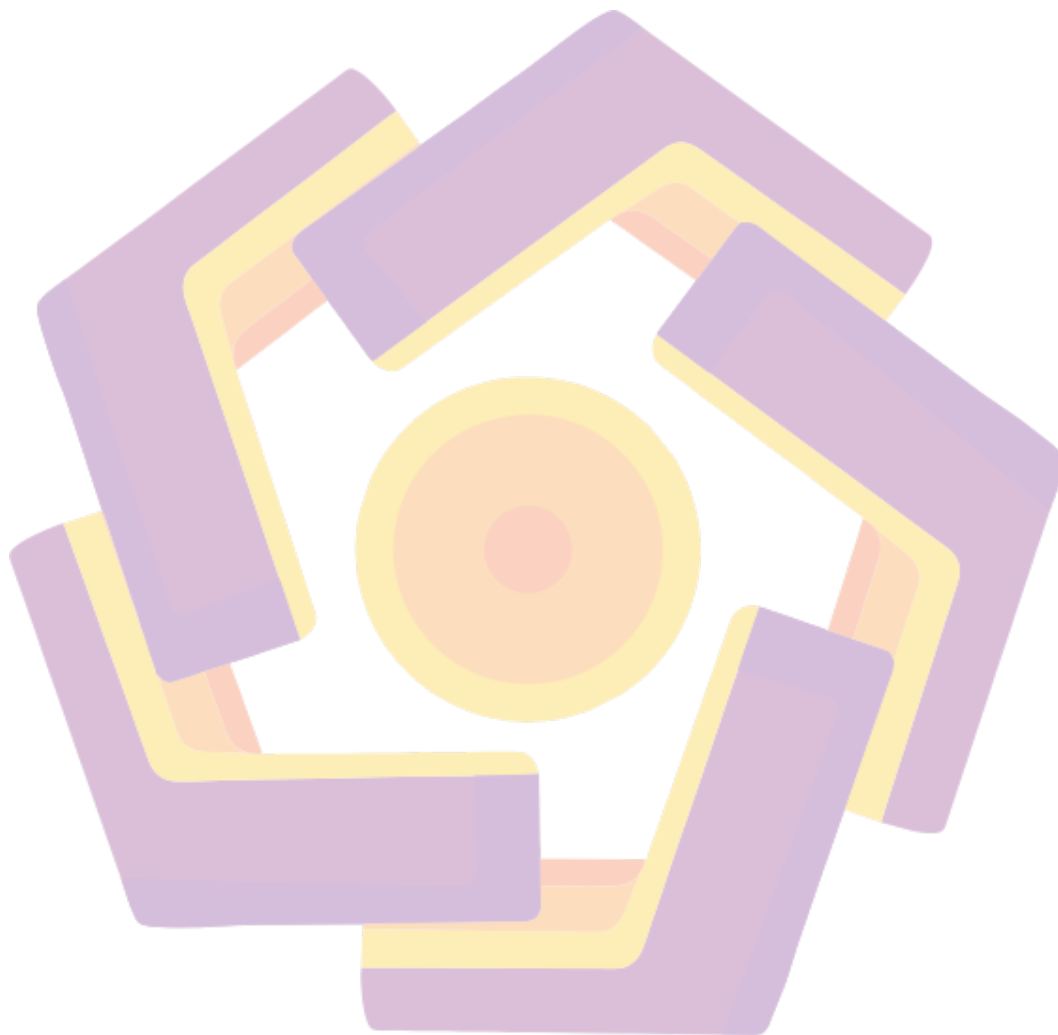
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Berpikir Olahan Peneliti	27
Gambar 3.6 Komponen Analisis Data.....	35
Gambar 3.7 Cara Melakukan Triangulasi Sumber.....	38
Gambar 4.2.1.2 Gambar Konten Vidio YouTube.....	51
Gambar 4.2.1.3 Testimoni Pelanggan	56
Gambar 4.2.1.4 Website PT. Wins Tour Travel	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Transkrip Wawancara	81
Lampiran Dokumentasi	100



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Wins Tour Travel dalam meningkatkan minat pengguna jasa travel. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa PT. Wins Tour Travel berhasil menerapkan berbagai elemen strategi komunikasi pemasaran, termasuk pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran Langsung, penjualan personal, pemasaran dari mulut ke mulut, acara dan pengalaman. Melalui penggunaan media sosial dan promosi yang terencana, perusahaan ini mampu menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan lain dalam merancang strategi komunikasi pemasaran yang baik.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Minat Pengguna Jasa, Kepuasan Pelanggan, Pemasaran Jasa

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing communication strategies implemented by PT. Wins Tour Travel in enhancing the interest of travel service users. Using a qualitative approach, this research collects data through interviews, observations, and documentation. The findings indicate that PT. Wins Tour Travel successfully applies various elements of marketing communication strategies, including interactive marketing, sales promotions, public relations, direct marketing, personal selling, word-of-mouth marketing, and events and experiences. Through the use of social media and well-planned promotions, the company is able to attract customer attention and enhance their satisfaction. This research is expected to provide insights for other companies in designing effective marketing communication strategies.

Keywords: *Marketing communication strategy, User interest, Customer satisfaction, Service marketing*

