

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA**  
**(Studi Kasus Upaya Disparpora Kabupaten Magelang dalam**  
**Mempertahankan Eksistensi Pariwisata di Masa Pandemi Covid – 19)**

SKRIPSI



disusun oleh

Maharsma Rorirulia Swadani

18.96.0749

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2021**

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA**  
**(Studi Kasus Upaya Disparpora Kabupaten Magelang dalam**  
**Mempertahankan Eksistensi Pariwisata di Masa Pandemi Covid – 19)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi persyaratan  
Mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :  
Maharsma Rorirulia Swadani  
18.96.0749

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2021**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA  
(STUDI KASUS UPAYA DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI  
PARIWISATA DI MASA PANDEMI COVID-19)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maharsma Rorirulia Swadani**

**18.96.0749**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 28 Oktober 2022

**Dosen Pembimbing**

Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A.

NIK : 190302444

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA  
(STUDI KASUS UPAYA DISPARPORA KABUPATEN  
MAGELANG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI  
PARIWISATA DI MASA PANDEMI COVID-19)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maharsma Rorirulia Swadani**

**18.96.0749**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 23 Oktober 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Kartikasari Yudaningsar, S.I.Kom.,M.A**

.....

**NIK : 190302444**

**Nurfian Yudhistira, S.I.Kom.,M.A**

.....

**NIK : 190302435**

**Kalis Purwanto, Dr, MM**

.....

**NIK : 190302357**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 28 Oktober 2022  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**

**NIK : 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

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, 29 October 2021



Maharsma Rorirulia Swadani  
18.96.0749

## **MOTTO**

“Musuhmu adalah dirimu sendiri”



## PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah SWT dan dengan Ridho-Nya, penelitian ini dapat diselesaikan. Karya ini saya persembahkan kepada orang – orang yang saya sayangi :

1. Mama dan Papa (Utari Setyorini & Muh Zainul Arifin) tercinta yang selalu memberi kasih sayang, semangat dan doa disetiap perjalanan hidup saya serta menjadi alasan utama untuk berusaha keras dalam segala pencapaian hidup.
2. Calon suami saya (Lutfi Mugen Pamungkas) yang setia menemani dan tidak pernah berhenti memberi semangat, doa, serta masukan selama melakukan penelitian ini hingga selesai.
3. Sahabat-sahabat terbaik yang saya miliki (Ari, Billa, Nanda, Pingky, Nada) yang selalu mengingatkan, memberi nasehat, memberi semangat dan mejadi tempat berkeluh kesah, terimakasih banyak.
4. Teman-teman Ilmu Komunikasi 06 angkatan 2018 yang selalu saling berbagi dan memberi masukan, terimakasih.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis 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 penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini dapat diselesaikan tidak lepas dari segala bantuan, bimbingan, dorongan dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis 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.Engg (Ka. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartikasari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A (Dosen Pembimbing Skripsi)
5. Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang
6. Gunawan Andi Prihananta, S.Sos.,M.M (Kepala Bidang Pemasaran dan Kelembagaan)
7. Zumrotun Ngafifah Rini Sulistyowati, S.E (Kepala Seksi Pemasaran Pariwisata)



8. Anis Latifah, S.H (Kepala Seksi Kelembagaan Pariwisata)
9. Anastasia Titisari (Staff Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata)
10. Syaruddin (Ketua Pesona Magelang)
11. Edwar Alfian (Ketua Forum Daya Tarik Wisata Magelang)

Penulis menyadari sepenuhnya begitu banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu saran dan kritik dari berbagai pihak yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Aamiin.

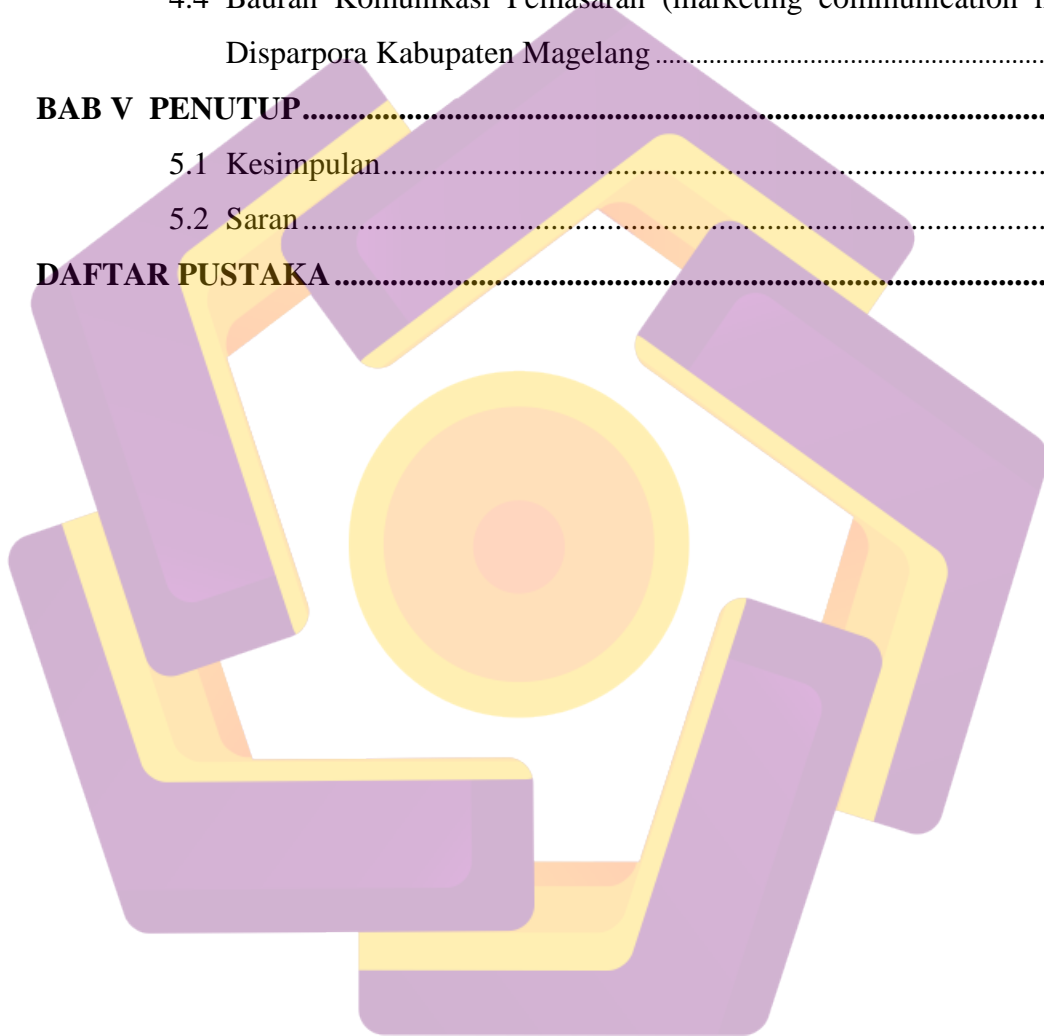
Magelang, 23 Oktober 2021

Maharsma Rorirulia Swadani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika BAB .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Penelitian.....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	18
3.2 Sumber Data .....	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Teknik Analisis Data .....	20
3.5 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	21

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
4.1 Perkembangan Pariwisata di Kabupaten Magelang .....	26
4.2 Daya Tarik Wisata (DTW) Unggulan di Kabupaten Magelang .....	28
4.3 Peran Disparpora Kabupaten Magelang dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pariwisata .....	31
4.4 Bauran Komunikasi Pemasaran (marketing communication mix) Disparpora Kabupaten Magelang .....	33
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Daftar Pegawai Disparpora Kab. Magelang .....	24
Tabel 4.1 Daftar DTW Kab. Magelang.....	28



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Jumlah Wisatawan tahun 2019 - 2020 .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	17
Gambar 3.1	Logo Dinas Kabupaten Magelang .....	21
Gambar 4.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan tahun 2014-2020.....	27
Gambar 4.2	Pertemuan Pelaku Wisata Kab. Magelang dengan Menteri Kemenparekraf (2 April 2021) .....	34
Gambar 4.3	Kunjungan Kerja Menteri Kemenparekraf ke Destinasi Super Prioritas (12 Maret 2021) .....	35
Gambar 4.4	Unggahan Akun @borobudurpark mengenai CHSE.....	36
Gambar 4.5	Kegiatan Famtrip Explore Magelang yang diikuti Insan Pariwisata Indonesia <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 4.6	Unggahan Akun @officialwisatamagelang.....	40
Gambar 4.7	Kalender Event dari Disparpora Kab. Magelang .....	40
Gambar 4.8	Unggahan Akun @officialwisatamagelang.....	42
Gambar 4.9	Unggahan Akun @officialwisatamagelang.....	43
Gambar 4.10	Himbauan Prokes.....	43
Gambar 4.11	Informasi Penutupan DTW.....	44
Gambar 4.12	Publikasi Online .....	46
Gambar 4.13	Liputan Fokus Indosiar.....	46
Gambar 4.14	Liputan 6 SCTV .....	47
Gambar 4.15	Akun instagram Jelajah Magelang .....	47
Gambar 4.16	Program Kreatif dari Akun Instagram officialwisatamagelang.....	49
Gambar 4.17	Program kreatif dari Akun Instagram Officialwisatamagelang.....	49
Gambar 4.18	Salah satu ulasan dari DTW Svargabumi .....	50

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan upaya komunikasi pemasaran Disparpora Kabupaten Magelang dalam mempertahankan eksistensi pariwisata di masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Objek penelitian ini adalah Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang. Proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data diolah melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya komunikasi pemasaran yang digunakan Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang adalah dengan teknik bauran komunikasi pemasaran (marketing communication mix) : (1) Promosi penjualan (*sales promotion*), melalui event Explore Magelang dengan mengundang biro perjalanan dari luar daerah sehingga terbentuk kesepakatan pembuatan paket wisata dengan harga khusus. (2) Acara dan pengalaman (*event and experiences*), melalui event virtual maupun offline, media elektronik dan internet. Bentuk kegiataannya berupa pemanfaatan media promosi dengan maksimal melalui internet dan bahan penunjang lainnya. (3) Humas dan publisitas (*public relation and publicity*), informasi yang dipublikasikan melalui akun – akun soial media Disparpora. (4) Pemasaran interaktif (*interactive marketing*), melalui akun instagram @officialwisatamagelang untuk membuat program kreatif berupa kuis, giveaway dan program promosi untuk UMKM atau usaha yang dimiliki masyarakat umum. (5) Pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), melalui media internet berupa platform Google untuk menggali pengalaman wisatawan melalui ulasan yang diberikan.

**Kata Kunci : Bauran Komunikasi Pemasaran, Pariwisata, Dinas Pariwisata.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to understand and describe the marketing communication efforts of Disarpora Kabupaten Magelang in maintaining the existence of tourism during the Covid-19 pandemic.*

*This research uses case study method. The object of this research is the Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga (Disarpora) Kabupaten Magelang. The process of collecting data through observation, interviews and documentation. Furthermore, the data is processed through data reduction, data presentation and drawing conclusions.*

*The results of this study indicate that the marketing communication efforts used by the Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Disarpora) of Magelang Regency are marketing communication mix techniques: (1) sales promotion, through the Explore Magelang event by inviting travel agencies from outside area so that an agreement is formed to make a tour package at a special price. (2) events and experiences, through virtual and offline events, electronic media and the internet. The form of activity is the maximum use of promotional media through the internet and other supporting materials. (3) public relations and publicity, information published through Disapora social media accounts. (4) interactive marketing, through the @officialwisatamagelang instagram account to create creative programs in the form of quizzes, giveaways and promotional programs for UMKM or businesses owned by the general public. (5) word of mouth, through internet media in the form of the Google platform to explore tourist experiences through the reviews provided.*

**Keywords: Marketing Communication Mix, Tourism, Tourism Office.**