

**EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BRAND "JOGJA NEVER ENDING ASIA"
PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

*EVALUATION of MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY
"JOGJA NEVER ENDING ASIA" BRAND
by SPECIAL REGION PROVINCE of YOGYAKARTA GOVERNMENTAL*



Disusun oleh:
HAMNI TAQWA
2003.053.196

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007**

**EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BRAND "JOGJA NEVER ENDING ASIA"
PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

*EVALUATION of MARKETING COMMUNICATIONS STRATEGY
"JOGJA NEVER ENDING ASIA" BRAND
by SPECIAL REGION PROVINCE of YOGYAKARTA GOVERNMENTAL*



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun oleh:

HAMNI TAQWA

2003.053.196

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada

Hari : Kamis
Tanggal : 12 Juli 2007
Tempat : R. Negosiasi Ilmu Komunikasi

SUSUNAN PENGUJI


Ketua


(Tri Hastuti Nur R. S.Sos., M.Si.)

Penguji I


(Aswad Ishak, S.IP.)

Penguji II


(Muria Endah, S.IP., M.Si.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
tanggal: 24 Juli 2007


(Tri Hastuti Nur R. S.Sos., M.Si.)
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN MOTTO

Rahmat apapun yang diberikan Allah SWT kepada manusia, tak ada yang mampu menghalangi. Apa pun yang ditolak-Nya tak ada yang mampu memberikan sesudah itu. Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana

(Q.S. Faathir: 2)

Hanya Kepunyaan Allah-Lah kerajaan langit dan Bumi, Dia mengampuni siapa saja yang Dia kehendaki, dan menyiksa siapa saja yang Dia kehendaki. Allah adalah pengampun dan pengasih

(Q.S. Fath: 14)

Jujurlah selalu dalam menjalani hidup

(Ayahanda_Ku)

Semua kesulitan ada jalan keluarnya, selalu minta petunjuk dan jalan Allah.. Selesaikan lah semua pekerjaan dengan penuh Tawakal, InsyaAllah semuanya dapat terselesaikan dengan baik

PERSEMBAHAN

Semangat yang tercurah dalam karya ini, Kupersembahkan sebagai wujud rasa syukur dan hormat, kepada :

Kedua Orang Tuaku Tercinta, (Ayahanda Murni M. Bakob) dan (Ibunda Kasmawati) yang dengan tanpa batasnya memberikan cinta dan Kasih Sayang, Doa dan semangat, pengorbanan dan dukungan tanpa pamrihnya sehingga mampu memberikan kekuatan kepadaku sampai saat ini

Kakak-kakakku, M. Wenny Jaya, Nomi Aryani, Ellyani & Dedi, Reni Lita Sari & Yadi, Amalia, M. Ichsan M., Imam zulkarnaen, yang selalu memberikan dukungan, nasehat, doa, semangat dan perhatiannya

Keponakan ku "Via" yang selalu membuat ku terhibur

ALMAMATERKU.....

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, Rasulullah Muhammad SAW beserta Keluarganya, atas rahmat dan hidayah, petunjuk dan perlindungan yang telah di limpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam skripsi ini, penulis memilih judul **“EVALUASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND JOGJA NEVER ENDING ASIA (JNEA) PEMERINTAH PROPINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**. Penyusunan ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat-syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations (PR) di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selesainya skripsi ini adalah berkat bimbingan, bantuan dan sumbangan pemikiran dari sejumlah pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini, penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Pemilik Alam Semesta, Allah SWT dan junjungannya Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.
2. Bapak Khoiruddin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Bambang Eko, C.W. S.Ia. M.Si. selaku Dekan Fiacol Universitas

4. Ibu Tri Hastuti Nur R, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu komunikasi dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Muria Endah S, S.IP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Aswad Ishak, S.IP., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga menjadikan Skripsi ini lebih bermakna.
7. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi beserta staff dan TU Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Kepala BAPARDA Propinsi DIY, Bapak Tazbir, SH, M.hum, Kepala Bidang Humas BID Propinsi DIY, Bapak Alex Samsuri, SH, Kepala Bidang Daya Saing&Kemadirian Masyarakat BAPEDA Propinsi DIY, Bapak Ir. Azharudin AR, dan segenap jajaran Pemerintah Propinsi DIY, terima kasih atas kerjasama, waktu dan informasi yang diberikan untuk kelengkapan data dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang selama ini telah memberikan dukungan baik secara materi maupun moral sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini

Kepada seluruh keluarga dan teman-temanku yang selama ini telah memberikan dukungan baik secara materi maupun moril, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini :

1. Prita Yolanda, <(^_^)> Adek, Thank's ya atas bantuan, dukungan, dan dorongannya.. Sayang, cepat selesaiin skripsinya ya, Semangat! Desember 07 Insya4JJ1 bisa wisudakan, Key!
2. Kos "Tanpa Nama" : Ibu dan Bapak Kos beserta keluarga, Erik, Aul, Ma2t, Fempi, Danu "To2k" S.IP, buat kalian semua yang sudah sama-sama hidup di Negeri Perantauan Jogja dalam satu atap..
3. Wates Community, Mail Bilondatu S.IP, Erik Kori, Rein Bo', Yusuf Podungge (Osh, thank's komputer n printernya ya, semangat kuliah Bro..), Rio Nge', Novaliansyah Mo', Iki S.IP (Meng, thank's dukungan n printernya ya..), Faisal JAP, Dedi Nyu', Qq Ko' (thank' dah banyak bantu masalah komputer..), Bayu, Kak Iman (King game of empire..), Nyoman Dwi Pa (Oman), Putra "pu2t", Chytra, Lia Agro, Iyal, Nafsi, buat kalian semua yang sudah sama-sama hidup di Negeri perantauan Jogja, Thank's ya atas dukungan dan masukannya...
4. Teman-teman KKN Ledoknonko Turi Sleman : Mas Abu, Iki S.IP, Joel S.IP, Hanil S.IP, Missrina S.IP, Anne Apriani S.IP, Ri2 S.IP, Yeti, serta warga masyarakat Ledonongko Turi sleman..
5. Teman-teman IK D 03 : Suku Peru Buncit (SPB) Antok "Link", Wawan "Wawung", Alam "Andre", Hevy "Lat", Zaki "Gori", Yusuf "Osh", Hamni..
Lince, Aayy, Ko?, Pina, Ari, Doni, Safi, Muri, Patna, Alif, H, M, G, D, ...

Gimbal, Itoy, Mail, Lisa Yo2k, Tita, Deni, Sita, Siti, Enal, Sukirman, Mneng, Tia, Dewi, Santi, Latifa, Utami, Dani Vanhelen, Lalita, Reza, Yogi, Arif, Gita, Riyani, Fitriisa, Herliansyah, Ira, Jati, Coki, dan masih banyak lagi yang gak bisa disebutin namanya satu persatu.. Good luck buat kalian semua!!!

6. Teman-teman seluruh Jurusan IK: Sima, Chica, Dhanu, Sunardin, dan masih banyak lagi yang gak bisa disebutin namanya satu persatu..Good luck buat kalian semua!!!
7. Teman-teman Jurusan HI: Dening, Hengki, Hendi, Kiko, Eka, Icha, Ona, dan masih banyak lagi yang gak bisa disebutin namanya satu persatu..Good luck buat kalian semua!!!
8. Anak PKP: Refi_Pod, Amor, Ade Itam, Yanti, next time jalan2 bareng ok..
9. Keluarga Besar ISBA (Ikatan Mahasiswa Bangka) Yogyakarta.
10. Semua pihak yang telah membantu baik dari awal hingga akhir penlisan Skripsi ini yang tidak sempat penulis sebutkan, THANK'S.. YAAA

Sebagai manusia biasa yang tidak luput dari khilaf dan salah, sengaja maupun tidak sengaja, dengan tulus dan kerendahan hati, penulis mohon maaf. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bermakna bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wa.. Wa..

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Kerangka Teori	5
1.5.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa	5
1.5.2 <i>Brand</i> (Merek)	29
1.5.3 Evaluasi	32
1.6 Metode penelitian	35
1.6.1 Jenis Penelitian	35
1.6.2 Objek Penelitian	35
1.6.3 Teknik pengumpulan data	35
1.7 Teknik Analisis Data	37

BAB II GAMBARAN UMUM DAN DESKRIPSI TEMPAT PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
2.1.1 Profil Daerah Istimewa Yogyakarta	40
2.1.2 Kondisi Umum dan Potensi Daerah	41
2.1.3 Visi Dan Misi Pembangunan Daerah	45
2.2 Badan Pariwisata Daerah (BAPARDA) Propinsi DIY	48
2.2.1 Latar Belakang dan Sejarah terbentuknya BAPARDA Propinsi DIY	48
2.2.2 Kedudukan, Fungsi, dan Tugas BAPARDA Propinsi DIY	49
2.2.3 Visi, Misi dan Tujuan BAPARDA Propinsi DIY	51
2.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan BAPARDA Propinsi DIY	56
2.2.5 Penetapan Sasaran BAPARDA Propinsi DIY	63
2.2.6 Struktur Organisasi BAPARDA Propinsi DIY	66

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian	67
3.1.1 Gambaran Umum Kampanye <i>Brand JOGJA Never Ending Asia</i> (JNEA)	67
3.1.2 Elemen Utama <i>Brand JOGJA Never Ending Asia</i> (JNEA)	70
3.1.3 Program <i>Brand JOGJA Never Ending Asia</i> (JNEA)	73
3.1.4 Hasil Program	87
3.2 Pembahasan	89
3.2. Analisis dan Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Brand JOGJA Never Ending Asia</i> (JNEA)	89
3.2.1. Pembentukan <i>Brand</i> JNEA (Potensi, <i>Positioning</i> dan Visi <i>Brand</i>)	90
3.2.2 Rumusan Misi atau <i>Mission Statement</i> <i>Brand</i> JNEA	96
3.2.3 Segmentasi <i>Brand</i> <i>Jogja Never Ending Asia</i>	97
3.2.4 Komunikasi Pemasaran <i>Brand</i> <i>Jogja Never Ending Asia</i>	99

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan	105
4.2 Saran	106

DAFTAR TABEL

- Tabel III.1 Program Pendukung Komunikasi Pemasaran *Brand JOGJA Never Ending Asia* (JNEA)
- Tabel III.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Yang Menggunakan Jasa Akomodasi di Daerahi DIY Berada Tahun 2000-2005