

***SUSTAINABLE TOURISM MARKETING COMMUNICATION THROUGH  
THE DIENG CULTURE FESTIVAL***

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh  
Naufal Daffa  
20150530261**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Naufal Daffa  
Nomor Mahasiswa : 20150530261  
Konsentrasi : Public Relation  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN MELALUI *EVENT DIENG CULTURE FESTIVAL*”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 06 juli 2020

METERAI  
TEMPEL

TGL  
67598AHF876610664

6000  
ENAM RIBURUPIAH

Naufal Daffa

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrohmanirrohim.....,*

Alhamdulillah, puji syukur karya tulis ini saya persembahkan untuk:

Bapak Ahyudin dan Ibu Saniyah yang selalu mengusahakan kebahagiaan anak putranya, memberi dukungan, motivasi serta doa disetiap kegiatan baik putra dan putrinya. Semoga Allah SWT senantiasa menyayangi kalian seperti kalian menyayangiku di waktu kecil. Serta karya tulis ini saya persembahkan untuk keluarga besar Bani Dulkohar yang senantiasa memberikan semangat, doa kepada penulis agar dipermudah untuk menyelesaikan karya tulis ini

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**KOMUNIKASI**

**PEMASARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN MELALUI *EVENT DIENG CULTURE FESTIVAL***”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi kewajiban serta salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Segala kelancaran dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini karena Allah SWT serta tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan trima kasih kepada:

1. Bapak Ahyaudimdan IbuSaniyah, adik saya Hafiz dan Luckyana yang senantiasa memberikan dorongan, memberi cinta, kasih sayang serta doa yang tiada henti. Serta ponakan tersayang Allesya yang telah menghibur dan melepas lelah dengan tingkah lucunya.
2. Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M.selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, masukan dan saran selama penelitian dan penulisan skripsi.
3. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

4. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2015 yang telah belajar bersama segala hal selama perkuliahan, saling menguatkan, membantu dan memberikan semangat satu sama lain.

Akhir kata, penulis menyadari banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran, dan pengembangan penelitian perlu dilakukan untuk penelitian dengan topik ini agar lebih mendalam. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 06 juli 2020



Naufal Daffa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>INTISARI</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kerangka Teori .....	5
1. Komunikasi Pemasaran .....	5
2. Merancang Komunikasi Pemasaran .....	13
3. Event.....	19
F. Metode Penelitian .....	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Objek Penelitian .....	23
3. Sumber Data .....	23
4. Teknik Pengumpulan Data .....	23
5. Uji Validitas Data .....	24
<b>BAB II PROFIL UMUM DIENG CULTURE FESTIVAL</b>	
A. Sejarah .....	27
B. Prosesi Ritual Pencukuran Rambut Gembel .....	28
1. Kirab .....	28

2. Jamasan.....	29
3. Pencukuran .....	30
4. Ngalap Berkah .....	30
5. Pelarungan .....	31
C. Visi dan Misi .....	32
D. Panitia Penyelenggara .....	32
E. Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa .....	33

### **BAB III PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Sajian Data.....	36
1. Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan.....	38
2. Event Sebagai Media Pemasaran .....	50
B. Pembahasan.....	50

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Strategi Model Alpa.....	16
------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Poster Dieng Culture Festival.....	15
Gambar 1.2 Model Komunikasi Pemasaran .....	15
Gambar 2.1 Kirab Budaya Dieng Culture Festival.....	28
Gambar 2.2 Jamasan Dieng Culture Festival .....	29
Gambar 2.3 Prosesi Pencukuran Rambut Gembel.....	30
Gambar 2.4 Ngalap Berkah .....	30
Gambar 2.5 Acara Pelarungan Rambut Gembel.....	31
Gambar 3.1 Booklet Dieng Culture Festival .....	40
Gambar 3.2 Pelatihan Manajemen Komunikasi .....	42
Gambar 3.3 Event Dieng Culture Festival .....	44