

**STRATEGI PROMOSI ONLINE PT TAMAN WISATA CANDI DALAM
MENCAPAI KUOTA KUNJUNGAN TARGET CALON WISATAWAN
DI MASA PANDEMI
(Studi Deskriptif Melalui Sosial Media Periode September - Desember 2021)**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh;
FEBRIYANA NURSUCI WULAN
NIM. 20170530133**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Febriyana Nursuci Wulan
Nomor Mahasiswa : 20170530133
Konsentrasi : *Advertising*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul skripsi:

"STRATEGI PROMOSI ONLINE PT TAMAN WISATA CANDI DALAM MENCAPAI KUOTA KUNJUNGAN TARGET CALON WISATAWAN DI MASA PANDEMI (Studi Deskriptif Melalui Sosial Media Periode September - Desember 2021)"

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 31 Desember 2022



Febriyana Nursuci Wulan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Allhamdulillah rabbi'l'aalamiin, dengan rasa syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk orang-orang yang senantiasa telah mendukung serta mendoakan penulis dalam berbagai segala prosesnya. Untuk itu penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Terimakasih kepada Bapak Sutrisno dan Ibu Suryani yang saya sayangi, telah mendidik dan membesarkan saya serta tidak menekan saya dalam berproses.
2. Terimakasih kepada adik saya (2213067008), yang selalu mendukung dan menjadi teman berkeluh kesah.
3. Terimakasih kepada Dr. Suciati, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia senantiasa memberikan waktu dan kesabaran untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan yang membangun dalam proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Terimakasih kepada sahabat saya (20170120025), yang selalu meluangkan waktu dan memberi dukungan secara mental dalam pengerjaan skripsi saya, menemani lika-liku disegala situasi ketika sedang kesulitan.
5. Terimakasih kepada teman-teman saya semua, yang telah menghibur, menyemangati, saling mendukung, berbagi pengalaman dan kebahagiaan telah berproses bersama sejak awal kuliah bersama, (20160320134), (20160530133), (20170530128), (20170530129), (20170530131),

(20170530166), (20170530157), KKN146, tim kreatif magang Syafa'at sukses untuk kalian semua.

6. Narasumber penelitian, Bapak Pujo Suwarno yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancara dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat-Nya, kesehatan, rezeki dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul "Strategi Promosi Online PT Taman Wisata candi dalam Mencapai Kuota Kunjungan Target Calon Wisatawan Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Melalui Sosial Media Periode September-Desember 2021)". Skripsi ini merupakan hasil karya yang dibuat penulis untuk memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan Advertising, Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidaklah akan terwujud. Penulis mendapatkan banyak dukungan yang turut membantu dalam hal moril dan materi, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang sudah selalu memberikan kesempatan dalam kemudahan serta ridho-Nya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik seperti yang diharapkan.
2. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Ali Mukti, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Dr. Suciati, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc dan Dr. Adhiyanti Nurjannah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi dan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
9. Seluruh Staff Tata Usaha Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu, mengayomi dan menjawab berbagai pertanyaan terkait administrasi.
10. Seluruh pihak PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko (PT TWC) yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi ini.

Akhir kata, penulis kembali mengucapkan terimakasih kembali sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini, dan mohon maaf untuk pihak yang tidak disebutkan satu persatu. Segala sarandan kritik atas penulisan skripsi ini penulis terima untuk dijadikan motivasi kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh

Yogyakarta, 31 Desember 2022



Febriyana Nursuci Wulan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis.....	10
E. Kerangka Teori	10
1. Komunikasi Pemasaran	10
2. Promosi Online.....	13
3. Perencanaan Promosi Online.....	14
4. Bauran Promosi Online	18
5. Evaluasi Promosi Online	20
6. Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran	21
F. Metode Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Sumber Data	33
3. Teknik Pengumpulan Data	34
4. Teknik Analisis Data	36
5. Uji Validitas Data.....	38

BAB II	40
A. Sejarah PT Taman Wisata Candi.....	40
B. Profil PT Taman Wisata Candi	42
C. Tujuan PT Taman Wisata.....	43
D. Visi dan Misi PT Taman Wisata Candi	44
E. Logo PT Taman Wisata Candi	45
F. Kegiatan Usaha PT Taman Wisata Candi.....	45
G. Program PT Taman Wisata Candi.....	46
H. Susunan Dewan Komisaris dan Direksi.....	47
I. Struktur Organisasi PT Taman Wisata Candi	48
BAB III.....	51
A. SAJIAN DATA.....	55
1. Tahapan Perencanaan Strategi Promosi Online	55
2. Bauran Promosi Online	91
B. PEMBAHASAN	100
1. Perencanaan Strategi Promosi Online	100
2. Bauran Promosi Online	116
BAB IV.....	121
A. KESIMPULAN.....	121
B. SARAN.....	123
1. Untuk PT Taman Wisata Candi.....	123
2. Untuk Pengunjung.....	123
3. Untuk peneliti selanjutnya.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Facebook PT. Taman Wisata Candi.....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Instagram PT. Taman Wisata Candi	4
Gambar 1. 3 Media Sosial Twitter PT. Taman Wisata Candi.....	4
Gambar 1. 4 Media Sosial Website PT. Taman Wisata Candi	4
Gambar 1. 5 Presentase Pengguna Media Sosial	6
Gambar 1. 6 Model AISAS.....	13
Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Taman Wisata Candi.....	45
Gambar 3. 1 Postingan promosi berisi denah dan atraksi di Candi Borobudur pada Website PT TWC.....	62
Gambar 3. 2 Postingan promosi penginapan hotel pada akun Instagram PT TWC.....	63
Gambar 3. 3 Postingan promosi voucher belanja pada akun instagram PT TWC	63
Gambar 3. 4 Postingan promosi cashback pada akun instagram PT TWC.....	64
Gambar 3. 5 Postingan promosi cashback pada akun instagram PT TWC.....	64
Gambar 3. 6 Postingan promosi mobil listrik keliling pada akun instagram PT TWC.....	65
Gambar 3. 7 Postingan promosi sepeda keliling pada akun instagram PT TWC	65
Gambar 3. 8 Postingan video virtual pada akun instagram PT TWC	66
Gambar 3. 9 Postingan promosi video virtual Ratu Boko pada akun instagram PT TWC.....	67
Gambar 3. 10 Postingan zoom jelajah video virtual Borobudur pada akun instagram PT TWC.....	67
Gambar 3. 11 Postingan promosi video virtual Borobudur pada akun instagram PT TWC	68
Gambar 3. 12 Postingan promosi video virtual Borobudur pada akun instagram PT TWC	68
Gambar 3. 13 Postingan ajakan video podcast Borobudur, Prambanan, Ratu Boko pada akun instagram PT TWC	69
Gambar 3. 14 Postingan virtual tour Borobudur pada Website PT TWC.....	70
Gambar 3. 15 Postingan promosi video pementasan pada akun instagram PT TWC.....	70
Gambar 3. 16 Postingan promosi tayangan film anak pada akun instagram PT TWC.....	71
Gambar 3. 17 Postingan edukasi relief pohon Bodhi pada Website PT TWC.....	72
Gambar 3. 18 Postingan edukasi relief pohon Bodhi pada Website PT TWC.....	72
Gambar 3. 19 Postingan edukasi fauna gajah pada Website PT TWC	73
Gambar 3. 20 Postingan edukasi fauna domba pada Website PT TWC	73
Gambar 3. 21 Postingan ajakan lomba pada akun Instagram PT TWC.....	75
Gambar 3. 22 Postingan pengumuman lomba pada akun Instagram PT TWC.....	75
Gambar 3. 23 Contoh postingan video promosi komponen simple pada akun instagram PT TWC.....	78
Gambar 3. 24 Contoh postingan video promosi komponen unexected pada akun instagram PT TWC	79
Gambar 3. 25 Contoh postingan video promosi komponen persuasive pada akun instagram PT TWC	80
Gambar 3. 26 Contoh postingan konten promosi komponen entertaining pada akun instagram PT TWC	81
Gambar 3. 27 Contoh postingan video promosi komponen acceptable pada akun instagram PT TWC	82
Gambar 3. 28 Anggaran beban pamaran PT TWC	83
Gambar 3. 29 Data kunjungan instagram terhitung Juli 2021 - Juli 2022	88
Gambar 3. 30 Data kunjungan facebook terhitung September 2021 - Januari 2022	88
Gambar 3. 31 Data kunjungan twitter terhitung April 2016 - Juli 2022.....	89

Gambar 3. 32 Data kunjungan website terhitung April - Juli 2022	89
Gambar 3. 33 Hasil pencarian keyword Candi Borobudur pada Google Analytic	91
Gambar 3. 34 Tampilan postingan pada akun instagram PT TWC	93
Gambar 3. 35 Tampilan postingan pada akun instagram PT TWC	96
Gambar 3. 36 Tampilan postingan pada akun instagram PT TWC	96
Gambar 3. 37 Tampilan postingan pada akun instagram PT TWC	97
Gambar 3. 38 Tampilan postingan pada akun instagram PT TWC	97
Gambar 3. 39 Tampilan postingan pada akun website PT TWC	99