

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MOANA DALAM  
MEMPROMOSIKAN *SUSTAINABLE TOURISM* DI  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**DISUSUN OLEH:**

**Rafi Pramana Tyaswara**

**20190530112**

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

**2023**



## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rafi Pramana Tyaswara

No Mahasiswa : 20190530112

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MOANA DALAM  
MEMPROMOSIKAN *SUSTAINABLE TOURISM* DI YOGYAKARTA**

Merupakan hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dirujuk maupun dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila suatu saat nanti skripsi saya terbukti merupakan plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan,



Rafi Pramana Tyaswara

20190530112

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan yang telah Engkau berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Berkat usaha, doa dan kerja keras yang telah peneliti lakukan untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, akhirnya tercapai. Peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang tersayang yang telah membantu dan memberi dukungan selama ini. Oleh karena itu, pada halaman ini dengan ketulusan hati peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan peneliti kesehatan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. **Ayah dan Ibu**, terimakasih banyak sudah menjadi orang paling berperan penting dalam kehidupan peneliti, terimakasih sudah bekerja keras untuk membiayai peneliti dan selalu ada saat senang maupun susah. Semoga skripsi ini bisa menjadi langkah awal untuk membuat Ayah dan Ibu bahagia dikemudian hari.
3. Kakak saya, **Abi Pranaya Tyaswara, S.I.Kom.**, terimakasih sudah menjadi kakak yang baik dan membimbing peneliti dalam berproses di kampus dari awal hingga saat ini.
4. Adik saya, **Raihan Prasasta Tyaswara** terimakasih sudah menjadi adik yang baik dan senantiasa mengingatkan peneliti agar bisa menjadi contoh yang baik.
5. **Uti dan Kakung**, terimakasih nasihat-nasihat yang sudah diberikan kepada peneliti yang membuat peneliti menjadi pribadi yang lebih baik.

6. **Keluarga besar**, terimakasih sudah selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa selama proses yang peneliti lewati.
7. **M. Failasuf Ramadhan**, sahabat seperjuangan dari awal kuliah sampe sekarang, mulai dari satu unires, satu kelas, satu konsentrasi, satu tempat magang, dan masih banyak lagi. Makasih sudah jadi sahabat yang baik dan selalu mengerti. Tanpa ucap skripsi ini mungkin lama kelarnya wkwk
8. **4 SYNDROM, Arifah Putri Wulandari, M. Failasuf Ramadhan, Umu Atiqoh**, sahabat terbaik di kampus, seperjuangan dan geng aneh yang tiba-tiba ada di semester 1, terimakasih atas doa dan motivasinya dari awal kuliah sampai saat ini.
9. **IJO TOMAT, Demti Arbani, Iqbal Maulana, Iqmal Aprilian, Meilawati T.M., Pipit Tania H.**, geng aneh lainnya yang tiba-tiba ada waktu zaman OSIS SMA, terima kasih atas doa dan dukungannya kepada peneliti ketika sedang membuat skripsi ini.
10. **Keluarga besar Angkatan Ilmu Komunikasi 2019**, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu atas segala hal yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga tahap penyelesaian skripsi ini.
11. **Noerhaliza Rachman Asriana Dwi**, terimakasih karena sudah banyak sekali membantu, mendoakan, dan mendukung peneliti dari awal kuliah hingga saat ini. Semoga yang disemogakan tersemogakan.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah – nya yang senantiasa tercurah kepada umat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Moana dalam Mempromosikan *Sustainable Tourism* di Yogyakarta”. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka ucapan terimakasih peneliti berikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammaiya Yogyakarta;
2. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
3. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
4. Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP. M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing pertama yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis;
5. Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos. MBA, M.A. dan Mba Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji yang sudah memberikan dukungan, saran, dan kritiknya agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Mba Anita, Mba Dhiyah dan keluarga besar Moana yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di Moana Sustainable Bicycle Tour.
7. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat.
8. Para staff dan karyawan program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sudah memberikan informasi dan membantu kelancaran proses penyelesaian penelitian ini.

9. Semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam proses penelitian dan penyelesaian penelitian ini.

Tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, rekan-rekan mahasiswa program Ilmu Komunikasi, pembaca dan peneliti selanjutnya. Mohon maaf atas segala kesalahan selama proses penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 17 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan,



Rafi Pramana Tyaswara

20190530112

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori .....	8
1. Strategi Komunikasi .....	8
2. <i>Sustainable Tourism</i> .....	12
F. METODE PENELITIAN.....	15
1. Jenis Penelitian .....	15
2. Lokasi, Objek, dan Waktu Penelitian .....	15
3. Teknik Pengumpulan Data.....	16
4. Teknik Analisis Data .....	18
5. Kredibilitas Penelitian.....	20
G. Sistematika Penulisan.....	21
<b>BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Profil Umum Perusahaan .....	23

B. Visi dan Misi Perusahaan .....	23
C. Status Kepemilikan.....	23
D. Sejarah Perusahaan.....	24
E. Lokasi .....	24
F. Akun Media Sosial.....	25
G. Hasil Produksi dan Pemasaran Produk.....	26
H. Produk-produk Moana.....	27
I. Unit Kerja .....	28
<b>BAB III HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. HASIL TEMUAN PENELITIAN.....	29
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran Moana .....	29
2. Implementasi Komunikasi Pemasaran MOANA.....	32
3. Evaluasi Komunikasi Pemasaran Moana.....	43
B. PEMBAHASAN PENELITIAN .....	44
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran Moana .....	45
2. Implementasi Komunikasi Pemasaran Moana.....	47
3. Evaluasi Komunikasi Pemasaran Moana.....	54
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
A. KESIMPULAN .....	55
B. SARAN.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Masyarakat tentang sumber pencemaran udara di lingkungan.....	2
Gambar 1.2 Moana <i>Sustainable Bicycle Tour</i> .....	2
Gambar 1. 3 Model Analisis Penelitian .....	19
Gambar 2.1 Logo Moana Bike Tour.....	23
Gambar 2.2 Lokasi Kantor Moana.....	25
Gambar 2.3 Lokasi Basecamp Nanggulan.....	25
Gambar 2.4 Profil Akun Instagram Moana.....	26
Gambar 2.5 Postingan di Instagram Moana.....	27
Gambar 3.1 Sosial Media Moana.....	39
Gambar 3. 2 Media Promosi Moana .....	41
Gambar 3. 3 Berita di media massa tentang event Moana.....	43

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Interview Guide .....	60
Lampiran 2 Interview Guide (pelanggan Moana).....	62
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	63
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....	73