

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TANI JIWO HOSTEL DIENG  
PADA MASA NEW NORMAL MELALUI MEDIA DIGITAL  
(INSTAGRAM)**

**(Penelitian Deskriptif Kualitatif periode bulan Agustus-Desember Tahun  
2020)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

Putri Mega Mustika

20170530060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Putri Mega Mustika  
NIM : 20170530060  
Konsentrasi : Advertising Program  
Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Tani Jiwo Hostel  
Dieng Pada Masa New Normal Melalui Media  
Digital (Instagram)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Konvakarta, 22 September 2021  
  
Putri Mega Mustika

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanoto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. Selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak H. Aly Aulia, Lc., M.Hum dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bapak Ade Chrisnadhi, Bapak Bobi Singadikrama, Ibu Novia Puspita Shinta Dewi yang memberikan informasi dan data mengenai skripsi ini.
7. Pihak Tani Jiwo Hostel Dieng yang memberikan ijin dan memberikan dampingan selama melakukan penelitian.
8. Ibu dan kakak saya tercinta yang telah memberikan doa serta Bapak saya yang sudah berada di sisi Allah dan dalam kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta yang tiada henti.
9. Untuk teman-teman peneliti yang tiada henti memberikan dukungan dan semangat.
10. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan Hidayah- Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan dan Kesehatan dan meridhoi hamba hingga terbis skripsi ini.
2. Untuk Ibuku yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan materi. Terimakasih pengorbanan kalian selama ini. Semoga Allah membalas jasa kalian yang telah kalian berikan kepadaku.
3. Bapak yang sudah dipanggil oleh Allah SWT pada tahun 2014 yang lalu, terima kasih pak telah membuat anak bungsumu ini menjadi kuat serta Tangguh meski tanpamu, semoga Bapak bangga dengan pencapaian Puput ini.
4. Kakakku yang selalu mendoakanku. Memberikan aku semangat tiada henti.
5. Untuk diriku sendiri yang sudah berjuang hingga saat ini, selalu bersyukur dan tetap semangat untuk diriku sendiri.
6. Sahabat – sahabatku Farah, Puput, Elvira, Lilia, Sani, Amalia, Tatak, Erika, Hasnia, Rara, Fikri, Alka, Nisa, Kiki, dan lainnya. Yang sudah memberikan semangat dan supportnya.
7. Teman seperjuangan kuliah Ami, Wartu, dan teman – teman Ilmu Komunikasi 17, semangat ya.
8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama menuntut ilmu, semoga ilmunya bermanfaat.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kerangka Teori .....	8
1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	12
3. Proses Strategi Komunikasi Pemasaran.....	14
4. Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran .....	17
5. Konsep Pemasaran Digital .....	23
6. E-WOM ( Electronic word of month).....	25
E. Metode Penelitian .....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Metode Penentuan Informan Penelitian.....	28
3. Sumber Data.....	29
4. Teknik Pengumpulan Data.....	30
5. Teknik Analisis Data.....	32
6. Uji Validasi Data.....	33
BAB II.....	35
A. Sejarah Tani Jiwo Hostel Dieng.....	35
B. Visi dan Misi Tani Jiwo Hostel Dieng .....	35
C. Fasilitas Tani Jiwo Hostel Dieng .....	35
D. Struktur Managemen Tani Jiwo Hostel Dieng.....	45
BAB III .....	48
A. Sajian Data .....	48
1.1 Tahap Perumusan.....	52
1.1.1 Menentukan Target Audiens.....	52
1.1.1 Memilih Saluran Komunikasi .....	53
1.1.2 Menyusun Anggaran Promosi.....	54
1.1.3 Menentukan Alat Komunikasi Pemasaran.....	55

1.2 Tahap Pelaksanaan.....	60
1.2.1 Mencapai Tujuan Komunikasi.....	60
1.2.2 Merancang Pesan .....	64
1.2.3 Mengelola Proses Komunikasi Pemasaran .....	67
1.2.4 Faktor Pendukung .....	69
1.2.5 Faktor penghambat.....	73
B. Analisis Data .....	75
1.1 Tahap Perumusan.....	77
1.1.1 Mengidentifikasi Audiens.....	77
1.1.2 Memilih Saluran Komunikasi .....	79
1.1.3 Menyusun Anggaran Promosi.....	80
1.1.4 Menentukan Alat Komunikasi Pemasaran.....	81
1.2 Tahap Pelaksanaan.....	84
1.2.1 Mencapai tujuan komunikasi .....	84
1.2.2 Merancang Pesan .....	86
1.2.3 Mengelola proses komunikasi pemasaran .....	88
1.3 Faktor .....	90
1.3.1 Pendukung Komunikasi .....	90
1.3.2 Faktor Penghambat .....	93
BAB IV .....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah <i>costumer</i> tahun 2019 .....	50
Tabel 3. 2 Jumlah <i>costumer</i> tahun 2020 .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah costumer tahun 2019.....	6
Gambar 1. 2 Jumlah costumer tahun 2020.....	6
Gambar 1. 3 Model Proses Integrasi Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	15
Gambar 2. 1 Kamar Umbi-umbian (Kapasitas 10 orang) .....	36
Gambar 2. 2 Kamar Herbal (Kapasitas 12).....	37
Gambar 2. 3 Kamar Vegetable (Kapasitas 8 orang) .....	37
Gambar 2. 4 Kamar Woods (Kapasitas 6 orang) .....	38
Gambar 2. 5 Kamar Jamur (Kapasitas 4 orang).....	38
Gambar 2. 6 Kamar Mandi Bersama .....	39
Gambar 2. 7 Kamar Family 1 (Lantai 1).....	40
Gambar 2. 8 Kamar Family 2 (Lantai 2).....	40
Gambar 2. 9 Smoking Area .....	41
Gambar 2. 10 Shared Kitchen .....	42
Gambar 2. 11 Public Space and Working Space .....	42
Gambar 2. 12 Public Space and Working Space .....	43
Gambar 2. 13 Temu Jumpa .....	44
Gambar 2. 14 Temu Jumpa .....	44
Gambar 2. 15 Struktur Managemen Tani Jiwo Hostel Dieng.....	45
Gambar 3. 1 Instagram @Tanijiwo.....	56
Gambar 3. 2 Cerita Instagram @TaniJiwo .....	57
Gambar 3. 3 Virtual Tour.....	58
Gambar 3. 4 Virtual Tour.....	59
Gambar 3. 5 Konten 60 Detik Plesir .....	60
Gambar 3. 6 Instagram @Tanijiwo.....	61
Gambar 3. 7 Instagram @Tanijiwo.....	61
Gambar 3. 8 Instagram @Tanijiwo.....	62
Gambar 3. 9 Instagram @Tanijiwo.....	62
Gambar 3. 10 Berita Tentang Kebijakan Sektor Pariwisata oleh Pemerintah .....	64
Gambar 3. 11 Caption dengan Pendekatan “Kamu dan Kami” .....	65
Gambar 3. 12 Perancangan pesan Tani Jiwo Hosel dalam masa <i>new normal</i> .....	66
Gambar 3. 13 Instagram @Tanijiwo.....	68
Gambar 3. 14 Konten Yang Mendapatkan Engangement Tertinggi Periode Agustus-Desember 2020 .....	70
Gambar 3. 15 Konten Yang Mendapatkan Engangement Tertinggi Periode Agustus-Desember 2020 .....	71
Gambar 3. 16 Konten Yang Mendapatkan Engangement Tertinggi Periode Agustus-Desember 2020 .....	72
Gambar 3. 17 Konten Yang Mendapatkan Engangement Rendah Pada Periode Agustus-Desember 2020 .....	74