

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OBYEK WISATA
PENDIDIKAN TAMAN PINTAR YOGYAKARTA DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI
TAMAN PINTAR YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh :

**AKHMAD AZIZ AFIFULLOH
20030530054**

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

2009

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecilku ini kupersembahkan untuk:

- Bapak, Ibu, Kakak dan Adekku
- Semua orang siapa saja, dimanajaja, dan kapan saja yang sekiranya dengan ini dapat membawa kebaikan dan manfaat.

MOTTO

JANGAN PERNAH MENYALAHKAN ORANG YANG BELUM
TAU SALAHKAN DIRI KITA YANG TIDAK MAU NGASIH TAU

JANGAN PERNAH MENYERAH

JANGAN PERNAH TAKUT

JANGAN BERCITA-TINGGI TINGGI SELAGI TIDAK MEMILIKI
USAHA YANG TINGGI

BERIMAN SEMPURNA

BERAMAL SEJATI

BERILMU LUAS

BEKERJA KERAS

BERCINTA SETIA

TIDAK ADA KESUKSESAN YANG DICAPAI DENGAN
RASA MALU

Thanks to:

Allah SWT, Yang telah memberikan aku petunjuk, membias hidupku dengan iman dan Islam, dan memupuk jiwa ini dengan damai nan tentram. Maha besar Allah hanya Engkau yang berhak menerima segala pujian dan penghargaan. Thangs atas segala nikmat dan rahmat-Mu. Tuntunlah hamba-Mu ini di jalanmu.

Rasulullah SAW, pemimpin agamaku yang telah memperjuangkan umatnya dengan keringat dan darah. Melepaskan umat ini dari tirani kebodohan dan menyempurnakan mereka dengan iman dan Islam. Semoga rahmat dan salam selalu tercurahkan.

Bapak dan Ibuku tercinta, Thanks atas doa, motivasi dan nasehatmu selama ini. Kasih sayangmu dari kecil hingga sekarang masih aku rasakan meski anakmu yang nakal ini menghabiskan separuh usia di tanah rantau. Semoga Allah selalu memberimu rahmat.

Keluarga besarku (mbah, mboke, mas ika & mba rinta, tiwi, de alin,lek rob, pak lik & bu lik, pak dhe & bu dhe, sepupuku, ponakanku), trima kasih atas doa, dukungan serta perhatiannya.

My girl friends "ety", trima kasih atas segala perhatian dan supportnya. Kebersamaan yang selama ini kita bangun mudah-mudahan akan terus berlanjut, amin.

Semua temen-temen IK angkatan '03, thank for everything semoga sukses selalu.

Temen sepermainanku : prima, oko, rizal (ndang lulus, wis tua), bowo, yayittomas, vivi prima, ucil, ujie, dadang, agus bebek, roni, samsi, parto, lewo, dan semuanya saja yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, thanks atas segalanya.

Temen "kontrakan sonopakis": danang ndut(kpn nyusul,,hehe), kriwul, depe, hanip, agung gimbal, iqbal, beng-beng, dedi, breki, galih thanks for all.

Sahabat-sahabat lamaku : ari pikolo, irham, (le kuliah jo suwe-suwe mesake wong tuamu,,hehe), timbul, mustiko, pak atik, yoga hendri, uli, lisa, nugrah thanks ya?

Temen futsalku : era, afan, alip, prakas, fery, wawan, eko dan yang lainnya kapan fusal lagi, cari lawan yang paling berat,,hehe.....

Dan buat semuanya saja yang telah membantu terima kasih saya ucapkan yang sebesar-besarnya.....

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah swt, Tuhan Semesta Alam serta seruan bagi Umat Nya, berkat kasih sayang dan atas petunjuk-Nya Penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Obyek Wisata Pendidikan Taman Pintar Yogyakarta dalam upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta”.

Dalam kesempatan ini tidak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberi masukan dan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini. Terutama sekali penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dasron Hamid, M.Sc., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang turut mengambil bagian dalam penyelenggaraan segala kegiatan terkait dengan aktivitas kampus.
2. Bapak Dr. Tulus Warsito, M.Si, selaku Dekan Fakultas Sospol, yang mendukung seluruh kegiatan di Fakultas.
3. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si, selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi yang juga mendukung segala program di jurusan.
4. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan kemudahan bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, selaku Dosen Pembimbing Dua, yang telah memberikan berbagai macam masukan dan kontribusi demi kesempurnaan skripsi.

6. Bapak Aswad Ishak, S.IP, selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan berbagai macam masukan, arahan, dan kontribusi demi kesempurnaan skripsi.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi FISIPOL UMY atas ilmu yang telah diberikan selama penulis berada dalam bangku perkuliahan.
8. Seluruh karyawan dan karyawan di Taman Pintar Yogyakarta yang telah membantu dalam kelancaran data yang saya butuhkan selama penelitian ini.
9. Pak Jono dan Mba Siti yang selalu membantu dalam memproses surat-surat yang berkaitan dengan skripsi saya butuhkan dengan cepat.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas segala dukungan dan kerjasamanya.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya kritik dan saran para pembaca adalah sesuatu yang sangat berharga bagi penulis demi membawa tulisan ini ke tahap yang lebih sempurna. Akhir kalam terima kasih atas perhatian dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat sebesar-besarnya. Amin.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Mei 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PESAN-PESAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Akademis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Kerangka Teori	6
1. Strategi.....	6
2. Strategi Komunikasi	9
3. Strategi Komunikasi Pemasaran	15
F. Metodologi	22

1. Jenis Penelitian	22
2. Jenis Data	23
3. Teknik Pengumpulan Data	25
4. Lokasi Penelitian.....	27
5. Obyek Penelitian	27
6. Subjek Penelitian	27
7. Teknik Analisis Data	27
8. Validitas Data.....	28
BAB II DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	29
A. Sejarah Berdirinya Taman Pintar.....	29
B. Visi, Misi, dan Motto Taman Pintar.....	31
C. Maskot Taman Pintar.....	32
1. Gambar Maskot.....	32
2. Makna Maskot.....	33
D. Logo Taman Pintar.....	33
1. Gambar Logo Taman Pintar.....	33
2. Makna Logo Taman Pintar	34
E. Zonasi di Taman Pintar.....	35
F. Bagan Struktur Organisasi Taman Pintar	41
BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	43
A. Sajian Data.....	43

1. Tahapan Pemilihan Strategi yang Dilakukan oleh Taman	
Pintar.....	43
2. Strategi Program Komunikasi Pemasaran Taman	
Pintar.....	
	47
B. Pembahasan	48
BAB IV. PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Maskot Dari Taman Pintar	32
Gambar 2. Logo Dari Taman Pintar	34
Gambar 3. Pipa Bercerita	36
Gambar 4. Rumah Pohon	37
Gambar 5. Komputer Kids.....	38
Gambar 6. Try Science	39
Gambar 7. Replika Borobudur	40
Gambar 8. Bagan Struktur Organisasi Taman Pintar	41
Gambar 9. Brosur Taman Pintar Tampak Muka	50
Gambar 10. Brosur Taman Pintar Tampak Belakang	50
Gambar 11. Foto Kegiatan Siswa Di Taman Pintar yang Ditempel di Meja Dinding Sekolah.....	53
Gambar 12. Brosur Untuk Promosi Taman Pintar Tampak Muka..	54
Gambar 13. Brosur untuk Promosi Taman Pintar Tampak Belakang	55
Gambar 14. Promosi Melalui Internet.....	56
Gambar 15. Pemberitaan Taman Pintar di Kedaulatan Rakyat	56

Gambar 16. Roadscool yang Diadakan Oleh Taman Pintar	63
--	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Taman Pintar dari Tahun 2003-2008.....	3
Tabel 1.2. Merumuskan Alternatif Strategi Metode Matriks SWOT (tows matrix).....	8
Tabel 1.3. Target Jumlah Pengunjung Taman Pintar	46
Tabel 1.4. Jumlah Brosur dan Pendistribusiannya.....	51
Tabel 1.5. Jumlah Media Massa dan Jumlah Tayang.....	51

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Politik dan Sosial
Departemen Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Akhmad Aziz Afifulloh
Strategi Komunikasi Pemasaran Obyek Wisata Pendidikan Taman Pintar
Yogyakarta dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Taman
Pintar Yogyakarta
Tahun Skripsi : 2009.xv + 78hal + 5tabel + 16gambar
Daftar Kepustakaan : 15buku + 8 sumber wawancara

Taman Pintar adalah satu-satunya obyek wisata pendidikan di Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang "Strategi Komunikasi Pemasaran Taman Pintar dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta". Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Taman Pintar dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung di Taman Pintar Yogyakarta dan untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan Strategi komunikasi pemasaran tersebut. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan atau menggambarkan fakta dan peristiwa. Strategi komunikasi pemasaran yang saat ini sedang dijalankan oleh Taman Pintar dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung yaitu meliputi strategi untuk promosi dan strategi untuk peningkatan kualitas pelayanan. Taman Pintar melakukan empat bauran promosi berupa periklanan, promosi penjualan, *public relations* atau hubungan masyarakat (humas), serta *direct marketing*. Kekurangan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Taman Pintar adalah keterbatasan dana yang dimiliki Taman Pintar sehingga proses promosi yang dilakukan oleh Taman Pintar menjadi tidak maksimal.

