

STRATEGI PROMOSI GRAND PURI WATER PARK

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Grand Puri Water Park Yogyakarta
Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung)



Disusun Oleh :

Totok Prasetyo

20040530046

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI GRAND PURI WATER PARK (Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Grand Puri Water Park Yogyakarta Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung)

**Skripsi ini diajukan guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Disusun Oleh :
Totok Prasetyo
20040530046**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul

**STRATEGI PROMOSI GRAND PURI WATER PARK
(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Grand Puri Water Park
Yogyakarta
Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung)**

**Disusun Oleh :
Totok Prasetyo
20040530046**

**Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta, pada :**

**Hari/Tanggal : Selasa, 7 Agustus 2012
Pukul : 10.30-12.00 WIB
Tempat : Ruang Multimedia Jurusan IK UMY
Nilai :**

**SUSUNAN TIM PENGUJI
Ketua**

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn

Penguji I

Penguji II

Muria Endah Sukowati, S.IP., M.Si Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si

Tanggal : ... Agustus 2012

**Aswad Ishak, S.IP., M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari, karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yang Menyatakan,

Totok Prasetyo

HALAMAN MOTTO

"Dan apa yang kalian sebut sebagai dunia, seharusnya terlebih dahulu diciptakan oleh kalian ialah : nalar kalian , rupa kalian, kehendak kalian, untuk menjadi cinta kalian sendiri!

Dan sebenarnya, untuk kesucian kalian, wahai kalian makhluk yang mengetahui !" (Zarathustra)

"aku Telah melakukannya" kata ingatanku. "aku tidak mungkin telah melakukannya" kata kesombonganku dan tetap tidak tergoyahkan. Akhirnya ingatanku menyerah"

(Friedrich Nietzsche, *Beyond Good and Evil*)

RAISE OR ALLIN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih tak terhingga kuucapkan untuk :

1. Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, karunia, dan nikmat-Nya.
Segala yang telah kulalui, tak lepas dari izin dan kehendak-Nya.
Alhamdulillahirabbil 'alamiin..
2. Rasulullah SAW, tauladan sepanjang masa, rahmat seluruh alam...
3. Kedua orang tuaku yang Insya Allah tidak akan pernah berhentinya memberikan doa, dorongan, semangat, nasehat kebahagiaan dan kasih sayang yang tidak akan ternilai harganya.
4. Kakak, adik, ponakanku tersayang. Terima kasih atas rasa sayang dan dukungan dari kalian selama ini.
5. .Meghaku tercinta terima kasih atas dukunganya dan kesabaranya selama ini.
6. Teman-teman Kost Putra MULATAZAM: Adhie Kurniawan, Diego, Doddy Arief "Si bos", Gobil, Eri, Sana Comp Nggempolong. Untuk saudara Achsan Abdun Nasr vokalis sekaligus konseptor band "Die For Something" old school Parakan Galeh harkor PRIDE UNITY RESPECT!!
Terimakasih untuk dukungan dan pertemanan selama ini, semoga solidaritas kita tidak akan terputus.
7. Terimakasih buat anak-anak Pesantren Hedonist Kiri. Syekh Malik Al Ghazali jago IT, Pria On clinic, Musisi, Indo-Prancis, wawasan luas,

lanang ing jagat. Syekh Borneo Master Of Klenik, kolektor benda-benda pusaka dan bling-bling. Sufi taat sekaligus tauladan umat Sanden Syekh Maulana Haryo Sentanu Penakluk Naga dan Ular, Marlon Brando Pria basantang dari timur, Adit Putro, Agni dan Syekh Cuby, Anak- anak kost Nitipuran Ozie Aje, Roni Fals, St Gunardi, Heri Hore-Hore, Bebek, Anok, Anton medan.

8. Teman-teman Komunikasi UMY 2004, yang akan dan sedang menempuh skripsi demi mendapatkan gelar S.Ikom, ayo semangat!! semoga cepat selesai dan lulus. Amin.... :).
9. Adik-adik junior yang sedang mencoba sukses Chandra Bendungan Karet Eretan Cirebon, Dimas *Master of Graphic Design* nrimo ing pandum bayaran mung sak iklase. Lugud Man Jasad thx buat fotonya.
10. Teman-teman komunitas **Jogjakarta Corpse Grinder** Metal Sak Modare. Death Metal Rules...!!!

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Alhamdulillahirabbil ‘alamiin. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia, nikmat yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Rasulullah, Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam beserta sahabat.

Skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Grand Puri Water Park Yogyakarta” (Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Grand Puri Water Park Yogyakarta Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung) disusun guna memenuhi syarat meraih gelar sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Usaha maksimal serta do’a telah dilakukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak sekali terdapat kekurangan. Proses penulisan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Dengan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.sn. yang membimbing serta mengarahkan dalam proses penulisan skripsi ini, terima kasih atas waktunya.
2. Ibu Muria Endah Sukowati, S.IP., M.Si, (dosen penguji I) dan ibu Frizky Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si (dosen penguji II) pada skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih atas kritik, saran dan bantuannya.

3. Bapak Aswad Ishak, S.SIP, M.Si selaku Kepala jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Kepada seluruh Bapak Ibu dosen Ilmu Komuniasi UMY yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
5. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2004.
6. Dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas semua pelajaran dan pengalaman berharga selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran serta kritik bagi pembelajaran dikemudian hari.

Wallaikum salam Wr, Wb.

Yogyakarta, Agustus 2012

Totok Prasetyo

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN MOTTO..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. LATAR BELAKANG MASALAH | 1 |
| B. RUMUSAN MASALAH | 6 |
| C. TUJUAN PENELITIAN | 6 |
| D. MANFAAT PENELITIAN | 7 |
| E. KERANGKA TEORI..... | 7 |
| E.1. Strategi Promosi | 7 |
| E. 2. Promosi Pariwisata..... | 17 |
| F. METODE PENELITIAN | 26 |
| F. 1. Jenis Penelitian | 26 |
| F. 2.Tempat Penelitian | 27 |
| F. 3.Teknik Penggumpulan Data..... | 28 |
| F. 4. Teknik Analisis Data..... | 29 |
| F. 5. Teknik keabsahan Data..... | 31 |

BAB II

| | |
|--|----|
| A. Profil Perusahaan | 33 |
| C. 1. Sejarah Grand Puri Water Park..... | 33 |
| C. 2. Lokasi..... | 34 |
| C. 3. Wahana dan Fasilitas..... | 34 |
| C. 4. Struktur Organisasi | 42 |

BAB III

| | |
|---------------------------------------|----|
| Sajian Data | 46 |
| 1. Perencanaan Strategi..... | 49 |
| 2. Penetapan Strategi | 52 |
| 3. Implementasi Strategi Promosi..... | 57 |
| Pembahasan | 69 |

BAB IV

| | |
|---------------------|----|
| PENUTUP | 94 |
| A. Kesimpulan | 94 |
| B. Saran | 96 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

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

Totok Prasetyo

20040530046

STRATEGI PROMOSI GRAND PURI WATER PARK

**(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Grand Puri Water Park
Yogyakarta Dalam Upaya Menarik Minat Pengunjung)**

Tahun Skripsi : 2012 + 96 halaman + Lampiran

Daftar Pustaka : 23 buku (1984-2006)+ Website

Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya dan kota tujuan pariwisata baik domestik maupun manca. Perkembangan dunia pariwisata di Indonesia mengalami pasang surut tidak terkecuali pariwisata yang ada di kota Yogyakarta. Grand Puri Water Park sebagai salah satu obyek wisata air yang tergolong masih baru karena usianya belum genap satu tahun sehingga masyarakat masih jarang yang mengetahui tentang keberadaan obyek wisata tersebut. Hal ini ditandai dengan naik turunnya jumlah pengunjung yang datang setiap bulannya. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi dalam rangka pengenalan (*awareness*) kepada masyarakat tentang keberadaan obyek wisata Grand Puri Water Park dalam upaya menarik minat pengunjung dengan segala potensi wisata yang dimiliki obyek wisata Grand Puri Water Park. Peneliti menitikberatkan rumusan permasalahan pada bagaimana Strategi Promosi Grand Puri Water Park Yogyakarta dalam upaya menarik minat pengunjung. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh obyek wisata Grand Puri Water Park dalam upaya menarik minat pengunjung dan mengetahui faktor penghambatnya. Untuk penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu teknik wawancara dan studi pustaka. Kemudian jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan teknik triangulasi sebagai keabsahan data. dengan mendeskripsikan tahap pengembangan promosi yang meliputi mengidentifikasi audiens sasaran, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan anggaran Promosi, dan mengukur hasil promosi.

Kata Kunci : Strategi promosi, Pariwisata, Grand Puri Water Park

ABSTRACT

**Muhammadiyah Yogyakarta University
Faculty of Political and Social Science
Communication Science Department
Concentration of Advertising**

Totok Prasetyo

20040530046

PROMOTION STRATEGY OF GRAND PURI WATER PARK

**(Descriptive Study Promotion Strategy of Grand Puri Water Park in efforts
Attracting Visitors Interests)**

Thesis year : 2012 + 96 pages

Reference : 23 books (1984-2006)+ Website

Yogyakarta is known as a city of culture and tourism destinations both domestic and foreign. The development of tourism in Indonesia is no exception ebb and flow of tourism in the city of Yogyakarta. Grand Puri Water Park as one of tourism destination is still fairly new because not even one year so people still rarely know about the existence of these place. It is characterized indicator by ups and downs of the number of visitors who come each month. Therefore need promotion strategy to awareness the society about the existence of Grand Puri Water Park in efforts Attracting Visitors Interests Researchers focused on how the problem formulation promotion strategy of Grand Puri Water Park in efforts attracting visitors nterests. While the purpose of this study is to knowing how the promotion stategy adopted by Grand Puri Water Park in efforts attracting visitors interests and the factors inhibiting. For this study used data collection techniques that interview techniques and literature study. Then type a descriptive qualitative research is triangulation techniques as the validity of the data. by describing the development phase which includes the promotion of identify the target audience, designing messages, choose the communication channel, Promotion budget allocation, and evaluating tehe promotion results.

Keywords : Promotion strategy, Tourism, Grand puri Water Park