

**STRATEGI PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN  
BELITUNG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN TAHUN 2012**

**(Pemanfaatan Popularitas Film Laskar dalam Strategi Komunikasi Pemasaran untuk  
Meningkatkan Jumlah Wisatawan )**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh:**

**Syahreza I.K**

**20090530118**

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2014

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hari :  
Tanggal :  
Tempat :



Penguji I

Penguji II

**Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.**

**Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA.**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal, 2014

**Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M. Sc**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2014

Terdapat misteri di alam semesta yang tak seharusnya kita pecahkan, mengenai diri kita dan mengapa kita ada di sini,,bukanlah salah satu misteri itu. Jawaban itu, terdapat dalam diri kita untuk selalu mengingat akan kebesaran-Nya. Jadilah orang yang bermanfaat untuk dirimu dan kehidupanmu.

-Suryati-

Tidak semua manusia terlahir dengan pintar, namun semua manusia dapat selalu belajar. Sama seperti orang-orang pintar lainnya, mereka tidak pernah berhenti mencari tahu.

~Wisnia Roshy~

Orang-orang menyakiti orang lain dan orang lain menyakitinya, begitulah cara mereka untuk belajar bertahan hidup, tapi tidaklah mudah bagi seseorang untuk membenci orang lain. Tidak ada darah, tapi..rasanya benar-benar menyakitkan di dada. Itu adalah hati yang terluka, itu adalah luka yang hanya bisa di sembuhkan oleh cinta. Cinta adalah perasaan untuk memenuhi apapun permintaan dari orang yang berharga bagi kita, serta mencintai dan menjaga orang itu. Setelah sekian lama, sedikit demi sedikit aku mengerti tentang sesuatu..penderitaan dan kesedihan, bahkan kebahagiaan sekalipun, bisa di bagi dengan orang lain. Aku harus mengambil langkah jauh ke depan dari kehidupan pesimisku.

Aku tak memiliki apapun sewaktu aku lahir ke dunia, tumbuh besar dari lingkungan keluarga yang baik, serta belajar untuk bertahan hidup dengan bekerja keras agar menghasilkan uang dan mempunyai kehidupan yang mapan. Namun fakta sebenarnya ialah uang tidaklah bertuan, uang hanya mengeluarkan aroma. Aroma itu adalah aroma yang paling manis di dunia, tapi setelah kau merasakannya, itu akan berubah menjadi racun, yang akan menghancurkanmu dari dalam. Dan bila tidak sedikitpun kau memberikan kepada orang-orang yang membutuhkan, maka racun itu akan bergerak dengan pasti untuk membutakanmu dari dunia, agar kau tak mengerti bahwa hidup itu saling membantu satu sama lainnya.

Saat kau dewasa, kau akan tahu dengan sendirinya bagaimana dunia ini, hidup yang kau jalani begitu saja, kau sering membenturkannya ke dinding. Itulah ketakutan atas hidup yang terbatas, dan hidup bisa sangat luas. Saat kau sudah menemukan satu fakta sederhana, dan segala sesuatu yang ada disekitarmu, yang kau sebut kehidupan.., diberikan oleh orang yang tidak lebih pintar darimu. Dan jika kau bisa merubahnya, maka kau bisa membuat dirimu sendiri menjadi lebih berharga. Saat kau mengerti itu kau tidak akan menjadi orang yang sama lagi.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum, wr. wb*

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa mencurahkan rahmat kepada umat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini guna melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2014.

Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak. karena itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Iman kurniadi, Bapak Sariman dan Ibu Suryati atas doa, dukungan, serta motivasi yang tak henti-hentinya hingga terselesaikannya skripsi ini. Dan Adik (Putra, Adinda, Tiara) yang selalu mendukung dan mendoakan agar selalu semangat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga Besar kakek Arpin & nenek Ratna Tanpa terkecuali (Bang Irham, Bang Akbar, K'ela, Bang Norman, Bang Tanto, Bang Dadan, Bang Enda, Arie, Hendro, Ria, Habib)
3. Bapak Haryadi Arief Nuur rasyid, S.IP., M. Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan menjadi penguji skripsi, terima kasih atas saran dan masukan yang telah membuka wawasan saya.
4. Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si.selaku dosen pembimbing, terimakasih atas bimbingan, segala waktu dan pengorbananya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA. selaku dosen penguji skripsi terima kasih atas saran dan masukan untuk membuka wawasan saya.
6. Dosen – dosen Ilmu Komunikasi UMY terima kasih atas ilmu yang diberikan selama ini, semoga bermanfaat.
7. Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOMAKOM) UMY yang telah membuat saya tumbuh. Disanalah saya mengerti mengenai arti pentingnya kerjasama, tanggung jawab, kemandirian, serta perbedaan kita menjadikan keluarga.
8. DisBudPar Kabupaten Belitung terima kasih telah meluangkan waktunya.
9. Roshyda Wisni Agustianti, yang selalu menungguku dengan sabar dan memberikan hal-hal bermanfaat untuk perjuanganku selama di jogja, terima kasih banyak untukmu sekeluarga yang menerima bahkan memperlakukan aku dengan baik.

10. Padepokan PS Pak muh, Pak har tanpa terkecuali yang tak bisa di sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi serta pengalaman hidup yang bermanfaat untukku. Dan Kak tere, Busu Sherly, terima kasih atas semuanya.
11. Sahabat-sahabatku dikampung, Iqbal(kuca), Gilang, Agus(otong), Bang Enda, angga, kita memang mempunyai kebaikan dan keburukan tapi kita selalu bersama-sama walupun terpisah satu sama lainnya. Tetapi jgn lupa untuk mewujudkan mimpi yang pernah kita ucapkan bersama.
12. Rini gendud, Geg Intund, Satya cuin, Ciyee. Wanda yang salah cabutin kunci motor orang di lampu merah, makanya wan, kacamata di pakek. Said Bolang, Agung, Komeng, Dandy, Ntet, Idol, Aji(alumni ZP), Shinchan(alumni ZP), Roman(alumni ZP), Shena, Kocan, Tito, Gondrong, Serse, Bpk.Madan owner ZP yg terbijaksana sbg pemimpin, lanjutkan kawan. Berkat kalianlah aku memahami arti persahabatan serta kebersamaan susah maupun senang. Aku akan selalu merindukan masa-masa itu.
13. Dalangnya Broadcast angkatan 2009 yang fenomenal dari setiap kejadian lucu, gila sampe yang mengharukan, Said, Aji, Agung, Pelangi, Idol, Lidia, Nange, Madan, Shinchan, gondrong, shena, udin, yajak, ntet, dan yang nggak bisa disebutin satu-satu. Kalian ngangenin!!
14. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2009. Kekuatan kita adalah saling menerima perbedaan dan saling mengisi kekurangan diantaranya mengisi kekurangan kantin ampe penuh Mak ijah dan Mbak Rini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuannya selama penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga skripsi dan karya ini bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 22 Januari 2014

Penulis

**Syahreza Indrianto Kurniawan**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRACT .....	xiii
DAFTAR PUSTAKA .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
1. Manfaat teoritis.....	9
2. Manfaat praktis.....	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Strategi Promosi.....	10
2. Pariwisata .....	17
3. Promosi dalam Bidang Pariwisata .....	20
F. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian .....	30

2. Lokasi Penelitian .....	31
3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
4. Teknik Analisis Data .....	33
5. Keabsahan Data.....	34
<b>BAB II DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
<b>A. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Belitung .....</b>	<b>37</b>
1. Sejarah Kabupaten Belitung .....	38
2. Keadaan Geografis Kabupaten Belitung .....	39
3. Wilayah Administrasi.....	40
4. Demografi.....	41
5. Fasilitas Transportasi.....	42
6. Ekonomi Kabupaten Belitung .....	42
<b>B. Gambaran Umum Kepariwisata Kabupaten Belitung.....</b>	<b>43</b>
1. Objek Wisata Unggulan .....	43
2. Wisata Adat Budaya Kesenian Kabupaten Belitung.....	48
3. Wisata Minat Khusus dan Lainnya.....	51
<b>C. Gambaran Umum Disbudpar Kabupaten Belitung.....</b>	<b>54</b>
1. Tugas dan Fungsi .....	54
2. Bidang Kebudayaan.....	60
3. Bidang Pengembangan Destinasi Wisata.....	65
4. Bidang Pengembangan Destinasi Wisata.....	66
<b>D. Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>79</b>
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
<b>A. SAJIAN DATA.....</b>	<b>65</b>
<b>B. PEMBAHASAN.....</b>	<b>119</b>



BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	139
A. Kesimpulan .....	139
B. Saran .....	141

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data wisman/ wisanustahun 2004-2008.....	4
Tabel 1.2	Data wisman/ wisanustahun 2008-2012.....	5
Tabel2.1	KomposisiJumlahPenduduk Belitung BerdasarkanAgama.....	42
Tabel2.2	PNS BerdasarkanGolongan.....	77
Tabel 2.3	Jumlah Tenaga Honorer.....	77
Tabel 1.2	Data wisman/ wisanustahun 2008-2012.....	91
Tabel 3.1	Anggaran Dana Berdasarkan Hasil Wawancara.....	100
Tabel 3.2	Data Realisasi Program Promosi Tahun 2012.....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Peta Wilayah Kabupaten Belitung.....	37
Gambar 2.2	Pantai Tanjung Pendam.....	43
Gambar 2.3	Kampung Nelayan Tanjung Binga .....	43
Gambar 2.4	Bukit Berahu .....	44
Gambar 2.5	Pulau Burung.....	45
Gambar 2.6	Pulau Lengkuas.....	45
Gambar 2.7	Tanjung Kelayang.....	46
Gambar 2.8	Tanjung Tinggi.....	47
Gambar 2.9	Pantai Batu Lubang .....	47
Gambar 2.10	Maras Taun .....	49
Gambar 2.11	Muang Jong .....	49
Gambar 2.12	Beripat Beregong.....	50
Gambar 2.13	Dul Muluk .....	51
Gambar 2.14	Pertanian Lada.....	51
Gambar 2.15	Kampoeng Orange's.....	52
Gambar 2.16	Batu Mentas.....	53
Gambar 2.17	Struktur Organisasi.....	78
Gambar 3.1	Wisata Bahari.....	85
Gambar 3.2	Wisata Minat Khusus Diving.....	86
Gambar 3.3	Area Pemandangan Kapal Tenggelam .....	87
Gambar 3.4	Live On The Boat.....	87
Gambar 3.5	Agrowisata Ngerepak Duren.....	88
Gambar 3.6	Wisata Menuar Madu.....	88
Gambar 3.7	Ex-Banner di Pintu Masuk Bandara.....	103

Gambar 3.8	Neon Box di ruangtunggubandara .....	104
Gambar 3.9	Neon box di pelabuhanPegantungan Belitung .....	104
Gambar 3.10	Ex-Banner di PelabuhanPegantungan.....	105
Gambar 3.11	Baliho di PelabuhanBuluKumbang.....	105
Gambar 3.12	Spanduk di pusatkotakab.Belitung .....	106
Gambar 3.13	Spanduk di ODTW pantaiTanjungPendam .....	107
Gambar 3.14	Baliho di pintugerbang ODTW Agrowisata .....	107
Gambar 3.15	Monumen di ODTW PantaiTanjungTinggi.....	108
Gambar 3.16	<i>Prospectus 1</i> .....	110
Gambar 3.17	<i>Prospectus 2</i> .....	110
Gambar 3.18	Tourist Guidance Book.....	111

## ABSTRAK

**Konsentrasi Broadcasting**  
**Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**  
**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Syahreza Indrianto Kurniawan (20090530118)**  
**STRATEGI PROMOSI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN**  
**BELITUNG DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN TAHUN 2012**  
**(Pemanfaatan Popularitas Film Laskar dalam Strategi Komunikasi Pemasaran untuk**  
**Meningkatkan Jumlah Wisatawan )**

Tahun Skripsi : 2014 + 141 Hal + 8 Tabel + 35 Gambar

Daftar Kepustakaan : 25 Buku(1985-2007) + 7 Sumber Online + 3 Sumber lain

Kabupaten Belitung sebagai daerah kepulauan mempunyai aset dan sumber daya pariwisata daerah yang terdiri dari banyak obyek dan daya tarik wisata alam yang berpotensi. Di Belitung sendiri perkembangan jumlah pengunjung dari tahun 2004-2008 belum mengalami peningkatan yang cukup besar. Sejak kemunculan film Laskar Pelangi pada tahun 2008, Belitung mulai menarik perhatian para wisatawan. Disbudpar memanfaatkan momentum ini untuk mengembangkan dan memperkenalkan pariwisata Belitung ke masyarakat luas, terbukti dalam rentang 5 tahun paska kemunculan film tersebut, ditahun 2009-2012 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Belitung naik cukup drastis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Belitung dalam meningkatkan jumlah wisatawan tahun 2012. Peneliti fokus pada pemanfaatan popularitas film Laskar Pelangi dalam konsep strategi komunikasi pemasaran Disbudpar Belitung, karena pada tahun tersebut adalah saat dimana Disbudpar paling gencar memanfaatkan popularitas Laskar Pelangi. Untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan oleh Disbudpar Belitung, peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti merujuk pada konsep strategi komunikasi pemasaran milik Philip Kotler serta konsep bauran/instrument promosi di bidang pariwisata milik Yoeti.

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa dalam menjalankan kegiatan promosi Disbudpar Kabupaten Belitung menggunakan delapan langkah strategis sesuai dengan konsep Philip Kotler. Disbudpar juga menggunakan tiga instrument promosi pariwisata milik Yoeti. Pemanfaatan popularitas film Laskar Pelangi lebih ditekankan dengan perancangan pesan (tagline) "*NEGERI LASKAR PELANGI*". Namun, tagline tersebut hanya disematkan dalam sebagian instrument promosi, terutama komponen *travel outdoor advertising* dan *sales support*. Penerapan strategi promosi yang dijalankan oleh Disbudpar pada dasarnya sudah cukup baik. Pemanfaatan kepopuleran film Laskar Pelangi juga sangat membantu keberhasilan strategi promosi yang dijalankan. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Belitung hingga mencapai 111.613 pengunjung. Meski Disbudpar telah berupaya melakukan delapan tahapan strategi promosi, hanya saja terdapat beberapa hal yang masih perlu dibenahi dan ditingkatkan agar hasil promosi dapat lebih maksimal.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Promosi Wisata

## ABSTRACT

**Department of Communication Studies**

**Faculty of Social and Political**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**SyahrezaIndriantoKurniawan (20090530118)**

**PROMOTION STRATEGY OF DEPARTMENT OF CULTURE AND TOURISM DISTRICT IN INCREASING NUMBER OF TOURISTS BELITUNG IN 2012 (Utilization LaskarPelangi Popularity in Marketing Communications Strategy to Boost Number of Travelers)**

Thesis Year: 2014 + 141 + It + 8 Table 35 Pictures

Library List: 25 Books (1985-2007) Online Source + 7 + 3 Other Sources

Belitung islands as having assets and tourism resource area consists of many objects and natural tourist attraction potential. In Belitung, increase in the number of visitors from the year 2004-2008 has not increased significantly. Since the appearance of the film LaskarPelangi in 2008, Belitung began to attract the attention of tourists. Departement of Culture and Tourism harness this momentum to develop and introduce the public to Belitung tourism, as evidenced in a span of 5 years after the appearance of the film, in the year 2009 to 2012 the number of tourists visiting Belitung up quite dramatically.

This study aims to determine the promotional strategies of Culture and Tourism of the Pacific in increasing the number of tourists in 2012. The researchers focused on exploiting the popularity of the film LaskarPelangi in the concept of marketing communication strategy of Belitung's Department of Culture and Tourism, because in that year is when the most intense Department of Culture and Tourism capitalize on the popularity of LaskarPelangi. To find out the promotional strategy adopted by Belitung's Department Culture and Tourism, researchers using the case study method with a qualitative descriptive approach. Researchers refer to the concept of marketing communication strategies and concepts belonging to Philip Kotler mix / instrument in the field of tourism promotion owned Yoeti.

The results of the analysis of the data showed that in carrying out promotional activities Belitung's Department Culture and Tourism using eight strategic steps in accordance with the concept of Philip Kotler. Department Culture and Tourism also uses three instruments belong Yoeti tourism promotion. Exploiting the popularity of the film LaskarPelangi is emphasized by the design of the message (the tagline) "*NEGERI LASKAR PELANGI*". However, the tagline is only partially embedded in a promotional instrument, especially the travel component of outdoor advertising and sales support. The implementation of promotional strategies execute by Department Culture and Tourism basically good enough. Utilization popularity LaskarPelangi movie is also very helpful successful promotional strategies executed. This is evidenced by the increasing number of tourists visiting Belitung up to 111 613 visitors. Although Belitung's Department Culture and Tourism have attempted to eight stages of the promotion strategy, it's just that there are some things that still need to be addressed and improved in order to be able to maximize campaign results.

Keywords: Strategy, Marketing Communications, Tourism Promotion