

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DIY UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* APLIKASI *MOBILE VISITING*
JOGJA PADA TAHUN 20223**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Arif Rifki Lukmanul Hakim

NIM: 20190530135

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan di bawah ini:

Nama : Arif Rifki Lukmanul Hakim
NIM : 20190530135
Program : Ilmu Komunikasi/ *Advertising*
Studi/Jurusan :
Judul Skripsi : Strategi Promosi Dinas Pariwisata DIY Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Aplikasi *Mobile*
Visiting Jogja Pada Tahun 2022

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip dan saya rujuk telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya milik orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Yogyakarta,

Penulis



Arif Rifki Lukmanul Hakim

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi, penulis ingin menyampaikan persembahan tulus kepada:

1. Dengan mengucap syukur *Alhamdulillah* pengerjaan skripsi ini telah selesai dan saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, Ibu Andarwati dan bapak Agus Suroso berkat dukungan, kepercayaan dan do'a yang tak pernah putus saya mampu menyelesaikan salah satu tanggung jawab saya. Semua usaha dan upaya yang diberikan kedua orang tua untuk mengupayakan pendidikan yang lebih tinggi tidak akan mampu saya balas dengan sepenuhnya, namun kelak saya akan membuat bangga ibu dan bapak serta adik-adik Nazriel Arizal fiqri dan Hafiez Naufal Ardani.
2. Terimakasih kepada bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga ilmu yang diberikan mas Zein dapat menjadi amalan yang berlanjut.
3. Terimakasih kepada dosen penguji Bapak Haryadi Arief Nuur R., S.IP., M.Sc., dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP.,M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan masukan yang konstruktif untuk penyempurnaan skripsi ini.

4. Terimakasih kepada Dinas Pariwisata DIY telah memperbolehkan terkait penelitian aplikasi Visiting Jogja. Terimakasih kepada bapak LS Don Charles S.E dan bapak Benny Saptianto S.Sos yang telah menjadi informan dan memberikan arahan.
5. Terimakasih kepada teman bimbingan Rafi Rimbardi, Muhammad Hafiz Deu, Imas Hendriansyah, dan teman-teman lainnya.
6. Terimakasih kepada teman kuliah kelas D dan teman-teman seperjuangan Nova Andriyanto, Muhammad Irza Ikhsan, Silvianita dan teman-teman lainnya. Yang telah kebersamai selama kuliah hingga dapat menyelesaikan skripsi. Semoga selalu sehat dan kebahagiaan dan disukseskan.
7. Terimakasih kepada diri saya sendiri Arif Rifki Lukmanul Hakim yang selalu berusaha keras, tidak menyerah, dan tetap optimis. Terimakasih untuk diri sendiri yang selalu mencintai dan menghargai orang lain, tanpa melupakan kebutuhan dan kebahagiaan sendiri. Semoga di masa yang akan datang dapat memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar dan banyak orang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memerlukan banyak perbaikan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersedia membaca skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin.

MOTTO

“Sebaik-Baik Manusia Adalah Yang Paling Bermanfaat Bagi Manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Strategi Promosi Dinas Pariwisata DIY Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Aplikasi *Mobile Visiting Jogja Tahun 2022***". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

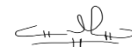
Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik, dan saran yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Haryadi Arief Nur R., S.IP., M.Sc., dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP.,M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan koreksi yang konstruktif bagi perbaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas ABC yang telah memberikan izin dan fasilitas kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Informan yang memberikan data dan informasi LS Don Charles S.E dan bapak Benny Saptianto S.Sos.
6. Orang tua, saudara-saudara, teman-teman, dan semua pihak yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan moral maupun materi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi perkembangan ilmu manajemen di Indonesia.

Penulis



Arif Rifki Lukmanul Hakim

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xi
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
E. Kerangka Teori	10
1. Strategi Promosi.....	10
a. Identifikasi <i>Audiens</i>	10
b. Menentukan Tujuan Komunikasi	11
c. Memilih Pesan.....	11
d. Memilih Media.....	11
2. Promosi Online.....	16
3. <i>Brand Awareness</i>	19
F. Metodologi Penelitian.....	23
1. Jenis penelitian.....	23
2. Kriteria Informan dan Lokasi Penelitian.....	25
3. Teknik Pengumpulan Data	26
a. Kepala Seksi Promosi Pariwisata.....	26
b. Kepala Seksi Pengelolaan Informasi Pariwisata	27
c. Wisatawan / user	27
4. Teknik Analisis Data	28
a. Pengumpulan Data.....	28
b. Reduksi Data	28
c. Penyajian Data	29

d. Verifikasi Data	29
5. Uji Validitas Data	29
BAB II	31
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	31
A. Dinas Pariwisata Yogyakarta	32
B. Profil Visiting Jogja	32
C. Sejarah Visiting Jogja	33
D. Visi dan Misi Visiting Jogja	33
E. Logo Visiting Jogja	34
F. Fitur Unggulan Aplikasi Visiting Jogja	34
a. Pencarian Tempat Wisata	35
b. Paket Wisata	36
c. Event	37
d. Kuliner	38
e. Akomodasi	38
f. Desa Wisata	39
g. Sarana Informasi	40
BAB III	41
A. Hasil Temuan	41
1. Aplikasi Visiting Jogja	41
2. Tahap Promosi Aplikasi Visiting Jogja	42
a. Promosi Aplikasi Visiting Jogja Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	42
b. Target Aplikasi Visiting Jogja Wisatawan Yang Ingin Berkunjung Ke Jogja	43
c. Perancangan Pesan	45
d. Strategi Promosi untuk aplikasi Visiting Jogja Menggunakan Buran Promosi <i>Direct Marketing, Advertising</i>	46
e. Media Promosi Aplikasi Visiting Jogja Media <i>offline</i> (Event) dan <i>online</i> (Media Sosial)	48
B. Pembahasan	54
a. Promosi untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	54
b. Target Aplikasi Visiting Jogja Adalah Wisatawan Yang Ingin Berkunjung Ke Jogja	55
c. Perancangan Pesan	57

d. Strategi Promosi untuk aplikasi Visiting Jogja Menggunakan Bauran Promosi (<i>Direct Marketing, advertising</i>).....	58
e. Media Promosi Aplikasi Visiting Jogja Media <i>offline</i> (Event) dan <i>online</i> (Media Sosial)	62
BAB IV.....	67
KESIMPULAN	67
SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74