

**STRATEGI PROMOSI GERBANG ADVENTURE  
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN TAHUN 2017**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun oleh:  
ZULFA RADIF NADHIMA ULWAN  
20120530266**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 25 April 2018  
Tempat : Ruang Sidang Dekanat  
Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

  
(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S. IP., M. Sc)

Penguji I



(Dr. Suciati, S. Sos., M. Si)

Penguji II



(Erwan Sudiwijaya, S. Sos., MBA)

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

Tanggal : 8 MEI 2018

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S. IP., M. Sc)

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfa Radif Nadhima Ulwan

NIM : 20120530266

Konsentrasi : Advertising

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti sebagai hasil plagiat/menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia untuk dicabut gelar sarjananya.

Penulis

**ZULFA RADIF NADHIMA ULWAN**

MOTTO

**LIFE** **ISN'T**  
**DRAMA**  
**DON'T WISH FOR**  
**HAPPY ENDING**  
**BUT**  
*Happy Living*

---

Quoted by : Alitt Susanto

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terdapat banyak pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Melalui tulisan berikut, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan fisik dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S. IP., M. Sc., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus selaku dosen pembimbing penulis, yang telah membantu dan memberi arahan, serta senantiasa mengajarkan makna kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Suciati, S. Sos., M. Si. dan Bapak Erwan Sudiwijaya, S. Sos., MBA., selaku dosen penguji dalam sidang pendadaran skripsi ini, yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis, serta menciptakan suasana hangat dan berkesan selama sidang berlangsung.
4. Bapak Heru Nur Susanto dan segenap keluarga perusahaan Gerbang Adventure, yang telah bersedia membantu penulis selama penelitian berlangsung.
5. Kedua orang tua penulis, Bapak Najib Isbani dan Ibu Lukluk Fadhilah, yang senantiasa memberi dukungan moril dan materiil kepada penulis.
6. Anggraeni Puspita Dewi, S. Pd., kekasih yang tidak henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, pertolongan, dorongan, petunjuk, petuah, dukungan, dan harapan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan bahagia.
7. Angelia dan Ignatia yang telah membantu penulis memperoleh buku referensi dalam penelitian ini.

8. Bapak IPDA Alim dan Ibu Titik Wahyuni yang selalu memberikan dukungan logistik dan semangat yang tiada henti.
9. Kurniawan Andre Prasetyo, S. Ikom. yang telah memberi banyak arahan dan sekaligus menjadi mentor selama penulis menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan selama penulis menempuh studi, Yabid Sedayu, Alvin Imogiri, Mega Tajem, Rendi Kasongan, Ridwan Westprog, Azif Japar, Uki Kahuman, Galih Kudus, Erlangga Turi, Bagas Wonosobo, Agni Magetan, Rifki Semprong, Affan Gondrong, Yoga Muko-muko, dan Syaifur Rohimah, yang senantiasa memberi semangat dan hiburan ketika peneliti merasa penat dan gelisah.
11. Segenap *staff* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ibu Siti, Bapak Jono, dan Bapak Mur, yang senantiasa sabar melayani segala kebutuhan selama penulis menempuh studi.
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Gerbang Adventure dalam Menarik Minat Konsumen Tahun 2017”. Tujuan penyusunan skripsi ini ialah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Penulis berharap melalui skripsi ini, pembaca dapat mengambil ilmu yang bermanfaat guna menambah wawasan mengenai strategi promosi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata “sempurna”. Oleh sebab itu, maka penulis membuka lebar pintu kritik dan saran dari pembaca, sebagai cerminan bagi diri penulis supaya di kemudian hari penulis dapat berkarya dengan lebih baik lagi.

Yogyakarta, 1 Mei 2018

Penulis

Zulfa Radif Nadhima Ulwan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kajian Teori .....	7
F. Metode Penelitian .....	27
G. Sistematika Penulisan .....	33
BAB II : GAMBARAN UMUM GERBANG ADVENTURE	
A. Sekilas tentang Wisata <i>Jeep Lava Tour</i> .....	35
B. Profil Gerbang Adventure.....	37
C. Berwisata dengan Gerbang Adventure .....	40
BAB III : SAJIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Sajian Data.....	46
B. Analisis dan Interpretasi Data.....	80
BAB IV : PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	112
DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN.....	115



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Kerangka Dasar Komunikasi (Kotler dan Keller, 2009).....	25
Tabel 1. 2 Karakteristik Informan.....	31
Tabel 2. 1 Struktur Perusahaan Gerbang Adventure.....	38
Tabel 2. 2 Job Description Gerbang Adventure.....	39
Tabel 3. 1 Media dan Bentuk Komunikasi Gerbang Adventure.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Bunker</i> Kaliadem.....	36
Gambar 2. 2 Museum Sisa Hartaku .....	36
Gambar 2. 3 Bekas Rumah Mbah Maridjan.....	37
Gambar 3. 1 Lokasi Pos <i>Jeep</i> Gerbang Adventure .....	47
Gambar 3. 2 Foto Unik Gerbang Adventure .....	53
Gambar 3. 3 Foto Unik Gerbang Adventure .....	53
Gambar 3. 4 Foto Unik Gerbang Adventure .....	54
Gambar 3. 5 Foto Unik Gerbang Adventure.....	54
Gambar 3. 6 Papan Reklame Gerbang Adventure .....	60
Gambar 3. 7 Cetakan Brosur Digital Gerbang Adventure .....	65
Gambar 3.8 Perusahaan Trans 7 Bersama Gerbang Adventure .....	66
Gambar 3.9 Rumah Sakit Karyadi Semarang Bersama Gerbang Adventure.....	67
Gambar 3.10 PT. PLN Jakarta Bersama Gerbang Adventure.....	67
Gambar 3.11 Bank QNB Jakarta Bersama Gerbang Adventure .....	68
Gambar 3.12 PDAM Kendal Bersama Gerbang Adventure .....	68
Gambar 3.13 Website Gerbang Adventure .....	70
Gambar 3.14 Akun Facebook Gerbang Adventure.....	70
Gambar 3.15 Akun Instagram Gerbang Adventure .....	71
Gambar 3. 16 Aktivitas <i>Word of Mouth</i> di Instagram.....	75
Gambar 3. 17 Aktivitas <i>Word of Mouth</i> di Instagram.....	75
Gambar 3. 18 Aktivitas <i>Word of Mouth</i> di Instagram.....	76
Gambar 3. 19 Aktivitas <i>Personal Selling</i> Gerbang Adventure .....	78
Gambar 3. 20 <i>Billboard</i> Gerbang Adventure .....	89
Gambar 3. 21 <i>Backdrop</i> Gerbang Adventure.....	89