

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA KEBUDAYAAN  
PEMUDA DAN OLAH RAGA KABUPATEN NGAWI  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG  
TEMPAT WISATA BENTENG PENDEM  
TAHUN 2016-2017**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh :  
DEZZA PURWALUKITA NUGRAHA  
2011053009

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN 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 :

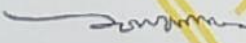
Hari : Selasa  
Tanggal : 21 Agustus 2018  
Tempat : R. Fotografi IK  
Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

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

Penguji I

  
Suvia Sitta Sari, S.IP., M.Si



Penguji II

  
Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

tanggal 21 Agustus 2018

  
  
Haryadi Arief Nur-Rasyid, S.IP., M.Sc  
Kaprodil Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
2018

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Dezza Purwalukita Nugraha

Nim : 2011053009

Konsentrasi : Broadcasting

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olah Raga Kabupaten Ngawi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tempat Wisata Benteng Pendem Tahun 2016-2017” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini merupakan plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan yang saya dapatkan.

Yogyakarta, 3 Agustus 2018

Dezza Purwalukita Nugraha

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

terima kasih pada allah SWT

1. Kedua orang tua saya yg selama ini mendukung saya dan memotivasi saya
2. Buat teman teman se perjuangan
3. Trima kasih buat tim “kelas malam” yg bikin saya semangat
4. Trimakasih sama teman teman satu hobi saya yg kakak Izur, kakak wawa, kakak agung, kakak bendot, kakak kintel, poh riki, mas dhanil, Ajik dan yg lainnya

## KATA PENGANTAR

Bismillahi rohman nirrohim

Puji dan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala karunia, nikmat serta hidayahNya yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar S-1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, tidak lupa saya ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya serta semua kemudahan yang saya dapatkan dalam menjalani kehidupan.
2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas bimbingan dan kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar S-1.
3. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas semua ilmu yang telah diberikan.
4. Pak Totok dan Pak Monang atas semua info dan data yang diberikan dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.

Saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca, terlebih kepada saya sendiri.

Yogyakarta, 3 Agustus 2018

Dezza Purwalukita Nugraha

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Kerangka Teori .....	15
1. Pengertian Pariwisata .....	15
2. Industri Pariwisata.....	16
3. Strategi Promosi Pariwisata .....	17
a. Perencanaan Promosi Pariwisata .....	21
b. Pelaksanaan Promosi Pariwisata .....	22
c. Evaluasi Promosi Pariwisata .....	23
F. Metodologi Penelitian .....	29
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Obyek Penelitian .....	31
3. Informan Penelitian .....	31
4. Teknik Pengumpulan Data.....	33
a. Teknik Wawancara .....	33
b. Teknik Observasi .....	35
c. Teknik Dokumentasi .....	36
5. Teknik Analisa Data .....	37

6. Validitas Data .....	40
G. Sistematika Penulisan .....	41
<b>BAB II DESKRIPSI DINAS PARIWISATA KAB NGAWI.....</b>	<b>43</b>
A. Profil Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga .....	43
1. Profil .....	43
2. Tugas Pokok dan Fungsi .....	47
3. Visi dan Misi .....	47
4. Struktur Organisasi .....	49
a. Sekretariat .....	51
b. Bidang Pariwisata .....	51
c. Bidang Pengembangan Sumber Daya Wisata .....	53
d. Bidang Kepemudaan dan Olahraga .....	54
e. Bidang Kebudayaan .....	55
5. Sumber Daya .....	57
B. Profil Pariwisata Sejarah di Kabupaten Ngawi .....	59
1. Rumah Dr. KRT Radjiman Wedyodiningrat .....	59
2. Museum Trinil.....	59
3. Monumen Soeryo .....	60
C. Sejarah Benteng Pendem.....	62
D. Kondisi Saat ini Benteng Pendem.....	66
1. Pintu Gerbang Utama .....	67
2. Pintu Masuk Utama.....	67
3. Kantor Utama .....	71
4. Ruang Kantor Umum.....	71
5. Asrama Prajurit .....	73
6. Parit dan tanah Tanggul .....	74
7. Sumur .....	74
8. Gudang Amunisi .....	75
9. Ruang Penjara .....	76

10. Benteng Pendem Tampak dari Udara .....	78
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>79</b>
<b>A. SAJIAN DATA.....</b>	<b>79</b>
1. Perencanaan Promosi .....	79
a. Penentuan Target dan Tujuan.....	79
b. Analisis Situasi.....	85
c. Perumusan Pesan .....	90
d. Pemilihan Media .....	91
1. Media.....	91
2. Bauran Promosi.....	99
2. Pelaksanaan Promosi.....	101
a. Videotron.....	102
b. Surat Kabar.....	103
c. Buku .....	104
d. Website .....	105
e. Peta Wisata .....	105
f. Pemilihan Duta Wisata. ....	106
g. Pameran .....	107
h. Panggung Gembira.....	109
i. Leaflets.....	109
j. Souvenir .....	111
3. Evaluasi Promosi.....	112
<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>117</b>
1. Tahap Perencanaan Program.....	118
a. Merencanakan Tujuan Promosi .....	119
b. Segmentasi Promosi .....	128
c. Merancang Pesan .....	131
d. Pemilihan Media Promosi.....	133



2. Tahap Pelaksanaan Promosi.....	137
3. Tahap Evaluasi Promosi.....	142
BAB IV PENUTUP .....	156
A. Kesimpulan .....	156
B. Saran .....	158
DAFTAR PUSTAKA .....	161

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Wisatawan Manca Negara Tahun 2009 - 2017.....	4
Tabel 2 Pengunjung Objek Wisata di Kabupaten Ngawi.....	11
Tabel 3 Target dan Sasaran Kinerja .....	49
Tabel 4 Rekapitulasi Barang Inventaris .....	58
Tabel 5 Target dan Sasaran Jangka Menengah .....	80
Tabel 6 Kegiatan Pemasaran Bidang Pariwisata.....	82
Tabel 7 Renstra Dinas Pariwisata .....	84
Tabel 8 Jadwal Promosi Festival Ngawi.....	100
Tabel 9 Data jumlah Pengunjung Promosi Media Sosial .....	147

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kondisi dan Potensi Benteng Pendem Ngawi.....	10
Gambar 2 Promosi Benteng Pendem pada Acara Panggung Gembira .....	12
Gambar 3 Komponen Dalam Analisis Data.....	39
Gambar 4 Alamat Kantor Dinas Paryapora kabupaten Ngawi .....	44
Gambar 5 Lambang Pemerintah Kabupaten Ngawi .....	44
Gambar 6 Bagan Struktur Organisasi .....	50
Gambar 7 Rumah Radjiman Wedyodiningrat.....	59
Gambar 8 Panorama Kehidupan Petachantropus Erectus di Trinil.....	60
Gambar 9 Obyek Wiatwa Monumen Soeryo .....	61
Gambar 10 Benteng Pendem Pada masa Kolonial Belanda.....	63
Gambar 11 Foto Van Den Bosch .....	64
Gambar 12 Pintu gerbang Benteng Pendem .....	67
Gambar 13 Pintu Mauk Utama Benteng Pendem .....	68
Gambar 14 Benteng Pendem Tampak dari samping kanan .....	68
Gambar 15 Benteng pendem Tampak dari samping kiri .....	69
Gambar 16 Benteng Pendem tampak dari Belakang.....	69
Gambar 17 Pintu belakang Benteng Pendem.....	70
Gambar 18 Dapur da Gudang makanan Benteng Pendem.....	70
Gambar 19 Bangunan Induk (barak Perwira) .....	71
Gambar 20 Bekas Perkantoran.....	72
Gambar 21 Asrama Prajurit Belanda .....	73
Gambar 22 Parit dan tanah pembatas Benteng Pendem.....	74
Gambar 23 Sumur kuburan masal.....	75
Gambar 24 Gudang Amunisi .....	76
Gambar 25 Ruang Penjara .....	77
Gambar 26 Foto udara Benteng Pendem .....	78

Gambar 27 Video Promosi Wisata Ngawi .....	92
Gambar 28 Youtube Misteri Benteng Pendem .....	93
Gambar 29 Website Disparpora kabupaten Ngawi.....	94
Gambar 30 Facebook Disparpora.....	94
Gambar 31 Foto tabloit promosi .....	95
Gambar 32 Brosur Obyek wisata Ngawi .....	96
Gambar 33 Leaflets Obyek Wisata Ngawi.....	97
Gambar 34 Booklets Daya Tarik Wisata Ngawi .....	98
Gambar 35 Folder Visit Ngawi Year 2017 .....	99
Gambar 36 Jadwal event-event Ngawi tahun 2016.....	101
Gambar 37 Jadwal event-event Ngawi tahun 2017.....	101
Gambar 38 Brosur Festival Budaya tahun 2017 .....	102
Gambar 39 Brosur Festival Gravitasi Bumi.....	103
Gambar 40 Brosur Festival kuliner khas Ngawi.....	104
Gambar 41 Promosi Videotron .....	106
Gambar 42 Foto Majalah .....	107
Gambar 43 Buku-buku wisata Ngawi.....	108
Gambar 44 Situs Website Disparpora.....	109
Gambar 45 Peta Wisata Kabupaten Ngawi.....	110
Gambar 46 Pemilihan Duta Wisata Ngawi .....	111
Gambar 47 Pameran Batik Ngawi .....	112
Gambar 48 Panggung Hiburan TV Nasional .....	113
Gambar 49 Brosur Visit Ngawi Year 2017.....	114
Gambar 50 Peserta Festival Gravitasi.....	118
Gambar 51 Peserta Festival Gravitasi dari Mancanegara .....	119
Gambar 52 Penjurian Festival Kuliner khas Ngawi .....	120

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Broadcasting  
Dezza Purwalukita Nugraha  
2011053009

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olah Raga Kabupaten Ngawi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tempat Wisata Benteng Pendem Tahun 2016-2017

Tahun Skripsi : 2018 + 160 hal + 7 tabel + 52 gambar + 4 lampiran

Daftar Pustaka : 19 Buku + 5 sumber online + 4 jurnal

Pada tahun 1825 Ngawi dikuasai oleh Belanda, untuk mempertahankan kedudukan dan fungsi strategis Ngawi serta menguasai jalur perdagangan Pemerintah Hindia-Belanda membangun sebuah benteng Fort Van Den Bosch yang selesai pada tahun 1845. Awalnya benteng ini dikuasai oleh Yon Armed 12 Para TNI-AD digunakan sebagai asrama prajurit. Kondisi bangunan benteng pendem masih utuh dan menarik, sehingga sangat layak untuk dijadikan daya tarik wisata dan pendidikan sejarah. Untuk meningkatkan PAD pada tahun 2013 pemerintah kabupaten Ngawi secara resmi membuka Benteng Pendem sebagai objek wisata. Pemerintah Kabupaten Ngawi melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga dengan berbagai upaya promosi untuk mendongkrak peningkatan jumlah pengunjung terhadap objek wisata Benteng Pendem.

Dari hasil penelitian dapat diketahui strategi promosi yang digunakan Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga kabupaten Ngawi adalah menggunakan strategi analisa pasar dengan tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Strategi tersebut digunakan secara menyeluruh untuk destinasi wisata di kabupaten Ngawi. Promosi yang digunakan melalui promotion mix baik itu; advertising, personal, selling, publisitas, dan promosi penjualan. Evaluasinya dilakukan melalui evaluasi strategis dan evaluasi rencana tahunan melalui pengkajian terhadap program-program promosi dengan melakukan analisis terhadap media promosi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi promosi yang efektif yaitu dalam bentuk event yaitu dalam event Perform Festival 2017 Benteng Van Den Bosch dan event Orek-Orek Art & Culture Festival. Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga kabupaten Ngawi terus meningkatkan aspek-aspek yang baik yang sudah dijalankan sambil melakukan perbaikan pada aspek yang masih mengalami kelemahan, maka sangat memungkinkan Dipaspora dalam memperkenalkan wisata Benteng Pendem dalam mencapai sasaran dan tujuan yang akan datang.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Dinas Pariwisata, Benteng Pendem

## ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social Sciences and Political Science  
Communication Science Department  
Broadcasting concentration  
Dezza Purwalukita Nugraha  
2011053009

Promotion Strategy of the Ngawi Regency Youth and Sports Tourism Office in  
Increasing the Number of Visitors to Pendem Fortress 2016-2017  
Thesis Year: 2018 + 160 things + 7 tables + 52 images + 4 attachments  
Bibliography: 19 books + 5 online sources + 4 journals

In 1825 Ngawi was controlled by the Dutch, to maintain Ngawi's strategic position and function and control the Dutch East Indies Government's trade route to build a Fort Van Den Bosch fortress which was completed in 1845. Initially the fort was occupied by Yon Armed 12 The army was used as soldier's dormitory. Pendem fortress building conditions are still intact and attractive, so it is very feasible to be used as a tourist attraction and historical education. To increase PAD in 2013, the Ngawi district government officially opened Pendem Fortress as a tourist attraction. The Ngawi Regency Government through the Youth and Sports Culture Tourism Office with various promotional efforts to boost the increase in the number of visitors to the Pendem Fortress attractions.

From the results of the research, it can be seen that the promotion strategy used by the Ngawi District Tourism and Culture Culture Office is to use a market analysis strategy with the planning, implementation and evaluation stages. This strategy is used thoroughly for tourist destinies in Ngawi district. The promotion used through good promotion mix; advertising, personal selling, publicity, and sales promotion. The evaluation is carried out through strategic evaluation and evaluation of annual plans through an assessment of promotional programs by analyzing promotional media.

The conclusion of this study is an effective promotional strategy, namely in the form of events in the Perform Festival 2017 Fort Van Den Bosch event and the Orek-Orek Art & Culture Festival event. The Ngawi District Youth and Sports Tourism Office continues to improve the good aspects that have been implemented while making improvements to aspects that are still experiencing weaknesses, so it is very possible for Dipaspora to introduce Fort Pendem tours in achieving future goals and objectives.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism Office, Pendem Fortress