

**STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA KEDUNG PEDUT KULON  
PROGO OLEH POKDARWIS UNIT KEDUNG PEDUT DALAM  
MENARIK MINAT PENGUNJUNG TAHUN 2018**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh :**

Wahyu Eka Hermawan

20150530203

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

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah di pertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Sabtu  
Tanggal : 16 Maret 2019  
Tempat : Ruang Negosiasi  
Nilai :

## **SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua

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

Penguji I

Penguji II

Dr. Suciati, S. Sos., M.si

Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana (S-1)  
pada tanggal 16 Maret 2019

**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Se**

Kaprodi Ilmu Komunikasi

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Eka Hermawan

Nim : 20150530203

Konsentrasi : Broadcasting

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA KEDUNG PEDUT KULON PROGO DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG TAHUN 2018” adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti hasil plagiat atau menjiplak milik orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 21 Maret 2019

Wahyu Eka Hermawan

## **MOTTO**

*“Ikan sepat ikan gabus, semakin cepat semakin bagus”*

-Zuhdan Aziz-

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas nikmat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada semua yang telah mendukung saya selama penyusunan tugas akhir ini sehingga semua berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada orang tua penulis, (alm) Wantiyem & Heru Subandri, terimakasih untuk semua doa dan kerja kerasnya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan kuliah dan mencapai titik seperti sekarang.
2. Terimakasih untuk Eni, Pipiet, Mbak Roi, Folta, Joko, Wahyu Setya, Roman, Aden, Amel, Adi Klung, Budi, mbak Niza, Tiyek, Simbok, mas Guruh, Candra yang telah banyak membantu sehingga saya mendapatkan syarat – syarat untuk mengajukan skripsi
3. Teman – teman kelas F, kelas Broadcasting Ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta 2015 dan semua rekan – rekan dari masuk Universitas hingga lulus
4. Rekan-rekan seperjuangan dalam penyusunan skripsi Adi Klung, Kentet, dan Bobby.
5. KKN UMY 2018 Sumberjo, Kulon Progo

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah tuhan semesta alam. Tak lupa rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, hidayah, kesehatan dan kemudahan yang dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA KEDUNG PEDUT KULON PROGO DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG TAHUN 2018” untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak lupa rasa terimakasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP., M.Sc, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si, selaku wakil Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhirnya selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Staf Jurusan Ilmu Komunikasi, Pak Muryadi, Pak Jono & Mbak Siti yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan segala bentuk keperluan administrasi selama masa perkuliahan.

6. Semua pihak pengelola objek wisata Kedung pedut yang telah membantu dan berkenan mengizinkan peneliti melakukan penelitian di sana.
7. Terimakasih juga kepada rekan-rekan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Yogyakarta, 21 Maret 2019

Wahyu Eka Hermawan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	9
F. Penelitian Terdahulu .....	33
G. Metode Penelitian .....	37
BAB II DESKRIPSI OBJEK WISATA KEDUNG PEDUT.....	45
A. Deskripsi Kedung Pedut .....	45
B. Logo Objek Wisata Kedung Pedut .....	49
C. Potensi Objek Wisata .....	49



BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Sajian data.....	53
1. Perencanaan Strategi Promosi .....	54
2. Implementasi Kegiatan Promosi .....	60
3. Evaluasi .....	60
B. Pembahasan .....	83
1. Perencanaan Strategi Promosi .....	83
2. Implementasi kegiatan Promosi .....	91
3. Evaluasi .....	104
BAB IV PENUTUP .....	106
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran .....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN .....	113

## **Daftar Gambar**

Gambar 2.1	Foto Denah Wisata Kedung Pedut.....	46
Gambar 2.2	Foto Logo Objek Wisata Kedung Pedut .....	49
Gambar 2.3	Foto Cemilan dan Kripik Yang Dibuat Oleh Ibu PKK ...	51
Gambar 3.1	Foto Poster Objek Wisata Kedung Pedut .....	64
Gambar 3.2	Foto Baliho Kedung Pedut .....	65
Gambar 3.3	Foro Brosur Kedung Pedut .....	67
Gambar 3.4	Foto Instagram Kedung Pedut .....	69
Gambar 3.5	Foto Liputan Mengenai Kedung Pedut .....	71
Gambar 3.6	Foto Pertunjukan seni di Kedung Pedut .....	74
Gambar 3.7	Foto Event Pameran Pariwisata .....	76

## **Daftar Tabel**

Tabel 1.1	Daftar Kunjungan Wisata Kedung Peut .....	4
Tabel 3.1	Kegiatan Promosi Pokdarwis Kedung Pedut 2018 .....	78

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Broadcasting**

**Wahyu Eka Hermawan**

**20150530203**

**Strategi Promosi Objek Wisata Kedung Pedut Oleh Pokdarwis Unit Kedung Pedut Dalam Menarik Minat Pengunjung Tahun 2018**

**Tahun Skripsi 2018 + 151 Halaman**

**Daftar Pustaka: 28 Buku + 10 Jurnal + 2 Sumber Internet**

Promosi merupakan salah satu alat penting dalam memperkenalkan suatu produk atau jasa. Kedung Pedut merupakan sebuah objek wisata alam di Kulon Progo yang dikelola secara mandiri oleh Pokdarwis Kedung Pedut. Dengan Potensi alam yang tersedia, mendorong Kelompok Sadar Wisata unit Kedung Pedut untuk mengelola tempat wisata tersebut dan terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Pokdarwis unit Kedung Pedut dalam menarik minat pengunjung tahun 2018. Tujuan penelitian ini untuk mendiskripsikan strategi promosi yang dilakukan dan untuk mendiskripsikan faktor penghambat dalam kegiatan promosi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengambilan data dilakukan dengan dokumentasi dan wawancara dengan pengelola objek wisata Kedung Pedut. Validitas data dalam penelitian ini yaitu triangulasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan pengelola objek wisata Kedung Pedut dalam menarik minat pengunjung melakukan strategi promosi dengan beberapa tahapan dan menggunakan bauran promosi periklanan, personal selling, promosi penjualan, event dan Word of Mouth. Akan tetapi, personal selling, advertising dan Word of Mouth menjadi alat promosi utama di Kedung Pedut. faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan promosi di Kedung Pedut yaitu pengelola objek wisata Kedung Pedut tidak menetapkan segmentasi secara jelas dan tidak adanya anggaran khusus kegiatan promosi.

Kata kunci: Strategi Promosi, Bauran promosi, Kulon Progo

## **ABSTRACT**

**University Muhammadiyah of Yogyakarta**

**Faculty of Political and Social Science**

**Broadcasting Concentration**

**Wahyu Eka Hermawan**

**20150530203**

**Promotion strategy of Kedung Pedut tourism object conducted by Kedung Pedut Tourism Awareness Group unit in attracting visitors in 2018**

**Skripsi Year: 2018 + 151 pages**

**References: 28 Book + 10 Journal + 2 Website**

Promotion is one of important tools in introducing goods or services. Kedung Pedut is a natural tourist attraction in Kulon Progo which is managed independetly by Tourism Awareness Group of Kedung Pedut. The natural potential encourages that group to manage Kedung Pedut and make an increasing of tourists visiting. The formulation of the problem in this study is how the promotion strategy is carried out by Tourism Awareness Group od Kedung Pedut in attracting the interest of visitors in 2018. The purpose of this study is to describe the promotion strategies undertaken and the inhibiting factors in promotional activities.

The research method used in this study is descriptive qualitative, while the data collection technique is carried out by documentation and interviews with Kedut Pedut tourist manager. The validity of the data in this study is triangulation

The results of the study show that Kedut Pedut tourism manager attracts visitors using several stages promotional strategies through mix advertisings promotion, personal selling, sales promotion, events and Word of Mouth. However, personal selling, advertising and Word of Mouth became the main promotional tools in Kedung Pedut. While inhibiting factors in the implementation of promotional activities in Kedung Pedut, namely the manager of Kedut Pedut tourism object does not set the clear segmentation and the absence of a special budget for promotional activities.

**Keyword: Strategy promotion, Promotion mix, Kulon Progo**