

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Annas Radhitya Bachrul Alam
NIM : 20120530212
Konsentrasi : Advertising
Program studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Promosi PT. Taman Wisata Candi (TWC) Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Wisatawan Lokal Candi Borobudur tahun 2014-2015” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini merupakan plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaan yang saya dapatkan.

Yogyakarta, 16 Juli 2019

Annas Radhitya Bachrul Alam

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. ALLAH swt. Tuhan maha pengasih dan maha penyayang yang selalu memberikan kemudahan jalan dalam mencapai suatu tujuan termasuk dalam proses penyelesaian skripsi ini
2. Nabi Muhammad saw. Segala junjungan tinggi aku berikan kepada utusan ALLAH swt yang telah memnawa manusia dari zaman kegelapan menjadi zaman yang lebih terang.
3. Alm. Supardi (Mbah Kakung) dan Hartini (Mbah putri). Terima kasih telah membimbing untuk lebih baik
4. Bapak dan Ibu saya yang senantiasa sabar dan mengeluarkan banyak biaya dan tenaga untuk saya.
5. Annisa F S (Adik).
6. Harris Sugiharto yang selalu memberikan support kepada saya
7. Slamet Arifin yang bersedia mengendorse celana sidang, serta membantu dan mengarahkan saat pembuatan Skripsi.
8. Obet yang selalu membuat saya semangat
9. Dani dan Aziza yang bareng pendadarannya
10. Werdi dan Royan yang juga ikut terus memberikan support kepada saya.
11. Teman seperjuangan kelas E. Jangan lupakan persaudaraan. Karena banyak saudara banyak rejeki

MOTTO

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ
الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ

“Hai manusia, sesungguhnya janji Allah adalah benar, maka sekali-kali janganlah kehidupan dunia memperdayakan kamu dan sekali-kali janganlah syaitan yang pandai menipu, memperdayakan kamu tentang Allah”

(Q.S. Fathir [35] : 5)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah, dengan puji dan syukur saya haturkan kepada ALLAH swt atas segala nikmat, karunia serta kemudahan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat mencaai gelar S-1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu saya hingga tahap penyelesaian skripsi. Oleh karena itu, tidak lupa saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. ALLAH swt atas rahmat, kesehatan, rejeki, nikmat, dan semua kemudahan yang saya dapatkan dalam hidup
2. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi yang memberikan saya kesempatan untuk menyelesaikan skripsi dan meraih gelar S-1.
3. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah sabar dan selalu memberikan arahan, nasihat, dan motivasi kepada saya hingga skripsi ini selesai dan mendapatkan gelar S-1. Semoga ALLAH swt selalu memberikan beliau dan keluarga kesehatan, keselamatan dan rejeki selalu.. AMIN..
4. Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen penguji skripsi, Terima kasih banyak atas arahan dan motivasi serta masukan dalam memperbaiki skripsi saya.
5. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas semua ilmu yang telah diberikan.
6. Pak Jono, Pak Mur, dan mbak Siti atas semua info yang diberikan dari awal masuk kuliah sampai mendapatkan gelar S-1.
7. GM Kerjasama & Pemasaran PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko.
8. GM Unit Candi Borobudur.

Saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca, terutama bagi diri saya sendiri

Yogyakarta, 16 Juli 2019

Annas Radhitya Bachrul Alam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Kajian Teori	11
1. Strategi Promosi	11
2. Pariwisata	14
3. Perencanaan Promosi	15
4. Bauran Promosi	17
5. Evaluasi Program Promosi	20
F. Penelitian Terdahulu	23
G. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Lokasi Penelitian	28
3. Teknik Pengumpulan Data	29
4. Teknik Pengambilan Informan	31
H. Teknik Analisis Data	33
I. Validasi Data	37
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	38

A. Sejarah Perusahaan	38
B. Tujuan Perusahaan	39
C. Budaya Perusahaan	41
D. Visi & Misi Perusahaan	42
1. Visi Perusahaan	42
2. Misi Partai Perusahaan.....	42
E. Tujuan Program dan Kegiatan Perusahaan	43
1. Tujuan Perusahaan	43
2. Kegiatan Perusahaan	44
F. Program Perusahaan	45
G. Struktur Organisasi Perusahaan	46
H. Jasa Utama	47
I. Bisnis dan Fasilitas Penunjang	47
BAB III PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
1. Strategi Promosi Perusahaan	49
a. Identifikasi Sasaran <i>Audience</i>	49
b. Merancang Pesan	53
c. Tujuan Komunikasi	54
d. Menentukan Jumlah Anggaran Promosi	57
e. Bauran Promosi	59
f. Evaluasi program promosi	66
2. Tanggapan Pengunjung	67
B. Pembahasan	68
1. Strategi Promosi Perusahaan	68
a. Identifikasi Sasaran <i>Audience</i>	68
b. Merancang Pesan	70
c. Tujuan Komunikasi	74
d. Menentukan Jumlah Anggaran Promosi	81
e. Bauran Promosi	82
f. Evaluasi program promosi	99
2. Tanggapan Pengunjung	100
BAB IV PENUTUP	102
1. Kesimpulan	102

2. Saran 104

DAFTAR PUSTAKA..... 106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Analisis data model Miles & Huberman	35
Gambar 2 Promosi dengan sponsorship	63
Gambar 3 Promosi dengan event 200 tahun penemuan Candi Borobudur	65
Gambar 4 Perancangan pesan pada website	73
Gambar 5 Promosi di media cetak Kompas	89
Gambar 6 Promosi di brosur	91
Gambar 7 Promosi di website	95
Gambar 8 Pameran pariwisata	97
Gambar 9 Event sendratari The Legend of Roro Jonggrang”	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data wisatawan lokal yang berkunjung ke	8
Candi Borobudur Prambanan dan Ratu Boko tahun 2014 - 2015	
Tabel 2 Jenis media periklanan	85