

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS
PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KEBUDAYAAN LABUAN
BAJO**



Oleh

HERKALANUS MAN DATO

NO.MHS : 418100562

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN JUDUL

STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS

PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KEBUDAYAAN LABUAN

BAJO

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Terapan Pariwisata

Oleh

HERKALANUS MAN DATO

NO.MHS : 418100562

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS
PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KEBUDAYAAN LABUAN
BAJO



Oleh :
HERKALANUS MAN DATO
NO. MHS: 418100562

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

R.M. Nikasius Jonet S., S.Sos, M.Si
NIDN. 0518117401

Pembimbing II

Angela Ariani, S.II, M.M
NIDN. 0530106001

Mengetahui
Ketua Program Studi

Yudi Setiaji, S.H., M.M
NIDN. 0508066401

HERITA ACARA UJIAN

**STRATEEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS
PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KERUDAYAAN LABUAN
BAJO
SKRIPSI**

Oleh
HERKALANUS MAN DATO
NO. MHS : 418100562
Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Lulus
Pada tanggal 19 Agustus 2022



TIM PENGUJI

Penguji Utama	: <u>Yudi Setiaji, S.H., M.M</u> NIDN. 0508066401	: 
Penguji I	: <u>R.M. Nikasius Jonet S., Sos., M.Si</u> NIDN. 0518117401	: 
Penguji II	: <u>Angela Ariani, SH., M.M</u> NIDN. 0530106001	: 

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Togyakarta



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Herkalamus Man Dato

NIM : 418100562

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA
OLEH DINAS PARIWISATA, EKONOMI KREATIF
DAN KEBUDAYAN LABUANBAJO

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022



(Herkalamus Man Dato)

MOTTO

Everyday is new beginning, take a deep breath...smile and start again

(herkan datto)

"Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab TUHAN, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau."

(Ulangan 31:6)

“Lakukan segalanya dengan cinta “

(1 korintus 16: 14)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan mama tersayang Bpk. Lukas Dato & Ibu Maria Sriyanti, mereka adalah orang tua hebat yang telah mengajarku banyak hal. Terimakasih atas pengorbanan, do'a dan kepercayaan penuh yang kalian berikan kepadaku selama ini. Juga untuk kakak – kakak ku, Van Dato, Even Dato, Galdi Dato dan adikku filisia ade Dato yang telah sama-sama berjuang untuk dapat membanggakan kedua orang tua.
2. Sahabat-sahabat tercinta UPW B 2018 terimakasih atas semangat, motivasi, dan bantuannya selama proses perkuliahan hingga proses pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KEBUDAYAAN LABUAN BAJO. Penelitian ini menjelaskan tentang strategi promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam mempromosikan pariwisata Labuan Bajo.

Adapun penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan pemikiran serta dorongan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. R.M. Nikasius Jonet S., S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Angela Ariani.S.H.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan nasihat, masukan, bimbingan, saran serta segenap waktunya hingga skripsi ini dapat terealisasi.
3. Bapak Yudi Setiaji., S.H., MM selaku Penguji Utama dan Ketua Prodi usaha perjalanan wisata yang memberi kelancaran dalam proses penyusunan skripsi dan banyak mendukung dan membantu proses perkuliahan mahasiswa/i UPW

4. Bapak Prihatno., MM selaku Ketua STP Ampta Yogyakarta yang telah memberi izin dan fasilitas untuk penyusunan skripsi ini
5. Bapak Pius Baut, SE, Bapak Ferdinandus Ben, S., Sos selaku Bagian dari Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan, yang bersedia di wawancarai oleh penulis dan begitu ramah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan juga bagi penulis sendiri, namun penulis meyakini bahwa skripsi ini jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun penyajian. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih, amin.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi	5
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pemikiran	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Dan Desain Penelitian	21
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	21
C. Teknik Cuplikan Atau Subjek Penelitian	22
D. Sumber Data	22
E. Metode Pengumpulan Data	23
F. Uji Keabsahan Data	25
G. Metode Analisis Data	25
H. Alur Penelitian	30
I. Jadwal Penelitian	31

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
B. Hasil Dan Pembahasan	42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Matrikx SWOT advertising.....	58
Tabel 4.2 matrikx SWOT Public Relations.....	64
Tabel 4.3 matrikx SWOT <i>Personal Selling</i>	66
Tabel 4.4 matrikx SWOT Sales Promosi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Manggarai Barat	34
Gambar 4.2 Peta Destinasi Pariwisata Daerah DPD Komodo	34
Gambar 4.3 Lokasi destinasi Pariwisata Daerah DPD Sano Nggoang	34
Gambar 4.4 Peta destinasi Pariwisata Taman Nasional Komodo	35
Gambar 4.5 destinasi Wisata Pulau Padar.....	37
Gambar 4.6 destinasi Wisata Goa Batu Cermin.....	37
Gambar 4.7 Potret Bawah Laut Pulau Tatawa Kecil	38
Gambar 4.8 Kantor Dinas Pariwisata, Eonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo	40
Gambar 4.9 Struktur Organisasi Dinas PariwisataLabuan Bajo	40
Gambar: 4.10 satwa Komodo.....	43
Gambar: 4.11 tiket masuk Taman Nasional Komodo	44
Gambar: 4.12 kegiatan Expo di Surabaya.....	46
Gambar 4.13 Majalah Objek Wisata Labuan Bajo	48
Gambar: 4.14 festival Komodo 2018	50
Gambar: 4.15 pembukaan expo di Labuan Bajo	52
Gambar 4.16 : Brosur Labuan Bajo dan sailing Komodo	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Ekonomi, Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Labuan Bajo. Selain itu juga untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat promosi pariwisata, serta cara Dinas Pariwisata, Ekonomi, Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam mengatasi hambatan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam melakukan pengumpulan data peneliti melakukan wawancara, observasi, dokumentasi. Metode analisis data dan penyajian data untuk merangkum strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Labuan Bajo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo mengacu pada strategi promosi *promotion mix*. Peneliti menemukan faktor pendukung berupa peraturan daerah yang menunjang kegiatan kepariwisataan dan faktor penghambat seperti tidak ditemukannya analisa pasar dan masih belum berjalannya elemen promosi seperti *direct marketing*.

Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo melakukan strategi promosi dengan elemen *promotion mix*. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Dinas Pariwisata terkait kegiatan promosi pariwisata seperti melakukan analisa pasar serta menerapkan *direct marketing* guna mengembangkan usaha promosi pariwisata yang ada di Labuan Bajo. Pengembangan sarana dan prasarana pariwisata adalah satu dari sekian banyak hal yang menjadi kewajiban bagi Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif Dan Kebudayaan Labuan Bajo

ABSTRACT

This study describes the promotional strategies carried out by the Labuan Bajo Tourism, Economic, Creative and Culture Office in promoting tourism in Labuan Bajo. In addition, it is also to find out the supporting and inhibiting factors of tourism promotion, as well as how the Labuan Bajo Tourism, Economic, Creative and Culture Office in overcoming these obstacles. The method used in this research is descriptive qualitative. In collecting data, researchers conducted interviews, observations, and documentation. Methods of data analysis and data presentation to summarize the promotion strategy carried out by the Labuan Bajo Tourism Office.

The results showed that the promotion strategy carried out by the Labuan Bajo Tourism, Economic, Creative and Cultural Office refers to the promotion mix promotion strategy. Researchers found supporting factors in the form of local regulations that support tourism activities and inhibiting factors such as not finding market analysis and still not running promotional elements such as direct marketing.

The Labuan Bajo Tourism, Economic, Creative and Cultural Office carries out a promotional strategy with elements of the promotion mix. There are several things that need to be considered by the Tourism Office regarding tourism promotion activities such as conducting market analysis and implementing direct marketing to develop tourism promotion businesses in Labuan Bajo. The development of tourism facilities and infrastructure is one of the many things that are an obligation for the Department of Tourism, Economics, Creativity and Culture of Labuan Bajo.

Keywords: Promotion Strategy, Department of Tourism, Creative Economy and Culture of Labuan Bajo

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan yang mampu menggerakkan perekonomian secara nasional dan dikembangkan untuk meningkatkan lajunya pembangunan nasional. Adapun sektor pariwisata yang mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional antara lain atraksi, aksesibilitas dan amenitas. Atraksi merupakan produk wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan yang menarik salah satunya adalah wisata alam Taman Nasional Komodo.

Taman Nasional Komodo merupakan aset pariwisata nasional yang memiliki daya saing internasional mengingat kawasan tersebut memiliki atraksi wisata alam berbasis satwa. Adapun atraksi satwa tersebut yaitu komodo sebagai hewan endemik yang hanya ditemukan di suatu tempat dan tidak dapat ditemukan tempat lain. Keunikan inilah yang menjadi nilai terpenting dari esensi sebuah situs wisata yaitu kekhasan yang dimiliki oleh pulau komodo. Adanya kerentanan ekosistem satwa komodo terhadap kepunahan maka diupayakan dalam pengelolaan termasuk diantaranya komunikasi pemasaran yang tepat sehingga dapat mewujudkan keseimbangan produk yang dijual sesuai dengan kriteria wisatawan oleh sebab itu dibutuhkan strategi promosi yang tepat.

Strategi promosi merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi jumlah pengunjung di suatu destinasi wisata karena

merupakan suatu rancangan bagaimana mempengaruhi konsumen dengan berbagai cara sehingga konsumen mengetahui kemudian tertarik hingga berkunjung dan bahkan mengunjungi kembali bagi wisatawan yang sudah berkunjung. Ada beberapa konsep dari bauran komunikasi terpadu seperti konsep 4P (product, price, place, promotion). Sehingga, dalam mengoptimal komunikasi pemasaran ini diperlukan peran dari beberapa stakeholder salah satunya yaitu peran dari Pemerintah Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo.

Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan bajo tengah berupaya meningkatkan jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara agar bisa menyaingi pencapaian daerah-daerah di Indonesia yang sudah lebih dulu maju dalam sektor pariwisata. Upaya peningkatan jumlah wisatawan dibutuhkan sebuah perencanaan dan strategi promosi yang tepat. Dinas Pariwisata harus mampu membuat sesuatu hal yang dapat menarik minat serta asumsi positif publik yang dalam hal ini adalah wisatawan. konsep 4P (product, price, place, promotion) adalah sebuah konsep perencanaan strategi promosi yang memberikan nilai lebih terhadap suatu perencanaan yang mendalam dengan cara melakukan evaluasi terhadap peran strategis dari berbagai macam ilmu promosi dan mengkombinasikannya untuk menghasilkan keakuratan, konsistensi, dan efek strategi promosi secara maksimal melalui integrasi dari pesan-pesan yang terpisah. Menarik untuk diteliti tentang bagaimana Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan bajo sudah menerapkan strategi

promosi yang tepat tetapi wisatawan yang datang tidak sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pasar dominan dari wisatawan mancanegara dibandingkan dengan wisatawan nusantara maupun masyarakat Labuan bajo itu sendiri. Dengan ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DESTINASI PARIWISATA OLEH DINAS PARIWISATA, EKONOMI KREATIF DAN KEBUDAYAAN LABUAN BAJO “**

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka fokus pada penelitian yaitu bagaimana strategi promosi destinasi yang dilakukan Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam mempromosikan destinasi pariwisata Labuan Bajo.

C. Tujuan Penelitian:

Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi promosi destinasi yang dilakukan Dinas pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan destinasi pariwisata Labuan Bajo.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan bahwa penelitian ini mendatangkan manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki tema strategi promosi destinasi pariwisata

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi promosi destinasi pariwisata Labuan Bajo.