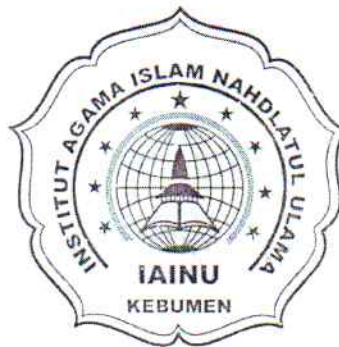


**TUMBAS (*TOURISM MARKETPLACE BERBASIS WEBSITE*) SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN KEBUMEN DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA**



Oleh :

DIYAN ASTARI

1932086

**Skripsi ini diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Di Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH USHULUDHIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA (IAINU) KEBUMEN**

2023

**TUMBAS (*TOURISM MARKETPLACE BERBASIS WEBSITE*) SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN KEBUMEN DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA**



Oleh :

DIYAN ASTARI

1932086

**Skripsi ini diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Di Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH USHULUDHIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA (IAINU) KEBUMEN
2023**

PENGESAHAN

SKRIPSI

**TUMBAS (TOURISM MARKETPLACE BERBASIS WEBSITE) SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN KEBUMEN DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA**

Oleh :

DIYAN ASTARI

1932086

Telah Dimunaqasyahkan di Depan Sidang Penguji
dan Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Sosial (S.Sos) Pada tanggal 12 Oktober 2023

Pembimbing

Febriyani, S.I.Kom., M.A

NIDN 2127028903

Penguji I

Nuraini Habibah, M.Si

NIDN. 2107047501

Penguji II

Syifa Hamama, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 2116028603

Pimpinan Sidang

Ketua

Isti'anah, M.A

NIDN. 2120078001

Sekretaris

Syifa Hamama, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 2116028603

Mengetahui,

Dekan Fakultas Syari'ah Ushuluddin dan Dakwah



Isti'anah, M.A

NIDN. 2120078001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diyan Astari

NIM : 1932086

Judul : **Tumbas (*Tourism Marketplace Berbasis Website*) Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen Dalam Mempromosikan Pariwisata**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi ini benar-benar hasil penelitian/pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri dibawah bimbingan Dosen Pembimbing dan berdasarkan Metodologi Karya Ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari suatu perguruan tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti Skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, September 2023



Diyan Astari

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah Ushuluddin dan Dakwah
Di
Tempat



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Syari'ah Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen No. No. In.11/X.10/IAINU/FSUD/VII/0164/2023 tertanggal 28 Juli 2023 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program S.1 Tahun Akademik 2022/2023. Atas tugas kami sebagai Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa :

Nama : Diyan Astari
NIM : 1932086
Jurusan/Program : FSUD/Komunikasi Penyiaran Islam
Tahun Akademik : 2022/2023
Judul Skripsi : *Tumbas (Tourism Marketplace Berbasis Website) Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen Dalam Mempromosikan Pariwisata*

Maka setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap Skripsi tersebut sebagai hasil penelitian /kajian mendalam telah memenuhi syarat untuk diajukan siding munaqosyah IAINU Kebumen.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqosyahkan, dan Bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler Skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Kebumen, 12 Oktober 2023

Pembimbing I

Febriyani, S.I.Kom..M.A

NIDN 2127028903

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^٢

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Qs. Al-Baqarah 2:286)¹

“Jika kamu melangkah mungkin ada hasil mungkin tidak ada hasil, jika kamu tidak melangkah sudah pasti tidak ada hasil”

(Mahatma Gandhi)²

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka tahu hanya bagian *sukses storiesnya* saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri, meskipun tidak ada tepuk tangan, kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya”

¹ Nuonline, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/286>, diakses pada tanggal 1 Desember 2023

²

PERSEMBAHAN

Dengan hati yang ikhlas dan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT yang selalalu melimpahkan rahmat dan karunian-Nya untuk terus mengiringi langkahku menggapai cita-cita, maka hasil studi ini penulis persembahkan kepada :

1. Diri saya sendiri, yang telah berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga selesai meskipun itu tidaklah mudah, banyak *struggle* yang harus dilalui.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Parmuji dan Ibu Parsiyem yang selalu memberikan semangat, kasih sayang tiada henti, dan selalu mendoakan keberhasilanku.
3. Ibu Dosen Pembimbing, Ibu Febriyani, S.I.Kom.,M.A yang telah meberikan motivasi, arahan, bimbingan dan mendorong demi tercapainya penyelesaian tugas akhir ini.
4. Almamaterku tercinta yang saya banggakan IAINU Kebumen.

ABSTRAK

Diyan Astari, 1932086, Tumbas (*Tourism Marketplace Berbasis Website*) Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen Dalam Mempromosikan Pariwisata.

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui langkah-langkah atau proses-proses Komunikasi Pemasaran Pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen melalui Tumbas (*Tourism Marketplace Berbasis Website*) Dalam Mempromosikan Pariwisata.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen subjek penelitian ini adalah Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif dan Pengelola Objek Wisata. Data yang diperoleh menggunakan Metode Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Teknik Analisis Menggunakan data kualitatif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen dalam penyusunan pesan dalam aplikasi tumbas menggunakan strategi pesan yang disajikan dalam sepuluh fitur yang berisi pesan yang informatif yang disajikan sesuai kebutuhan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata, sedangkan strategi media promosi yang digunakan adalah media *online* dan *offline*. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pengoptimalan potensi wilayah untuk pembangunan wisata.

Kata Kunci : Strategi Pesan, Tumbas (*Tourism Marketplace Berbasis Website*), Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

ABSTRACT

Diyan Astari, 1932086. Tumbas (Website-Based Tourism Marketplace) as a marketing communication medium for the Kebumen Regency Tourism and Culture Office in promoting tourism.

The purpose of this study is to find out the steps or processes of Tourism Marketing Communication carried out by the Tourism and Culture Office of Kebumen Regency through Tumbas (Website-Based Tourism Marketplace) in Promoting Tourism.

This research uses a qualitative approach, this research was carried out at the Tourism and Culture Office of Kebumen Regency the subject of this research is the Field of Marketing and Creative Economy and Tourism Object Management. Data obtained using Observation, Interview and Documentation Methods. Analysis Techniques Using qualitative data.

The results of this study concluded that the Tourism and Culture Office of Kebumen Regency in compiling messages in the tumbas application uses a message strategy presented in ten features containing informative messages that are presented according to the needs of tourists when traveling, while the promotional media strategies used are online and offline media. Increasing human resource capacity and optimizing regional potential for tourism development.

Keywords: , Promotion Update, Tourism and Culture Office of Kebumen Regency.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, nikmat iman, Islam dan Ihsan kepada penulis. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabat-sahabat beliau, dan semoga kita sebagai umatnya mendapat syafaatnya pada akhir nanti. Dan karena izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini tidaklah mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dan dorongan baik dari segi moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Fikria Najitama, M.S.I selaku Rektor Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen.
2. Bapak Faisal, S.Ag, M.Ag. dan Bapak Imam Subarkah, M.Pd selaku Wakil Rektor IAINU Kebumen.
3. Ibu Isti'anah selaku Dekan Fakultas Syari'ah Ushuluddin dan Dakwah.
4. Ibu Syifa Hamama, S.I, Kom, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam.
5. Ibu Febriyani, M.A selaku dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, evaluasi dan saran kepada penulis selama penulisan tugas akhir ini.
6. Pimpinan dan seluruh staff karyawan akademik Fakultas Syariah Ushuluddin dan Dakwah IAINU Kebumen yang telah membantu penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Pimpinan dan seluruh staff akademik karyawan perpustakaan IAINU Kebumen yang telah membantu dengan meminjamkan buku-buku yang penulis butuhkan selama penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Dra.MM Sri Kuntarti, M,Si selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.

9. Pimpinan dan seluruh staff bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif yang telah membantu dan memberi izin untuk observasi serta penelitian pada bidang tersebut.
10. Kedua orang tuaku, yang senantiasa mendokan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat serta dukungan baik secara moral dan financial
11. Serta terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan, motivasi, doa yang telah diberikan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak yang membacanya.

Kebumen, September 2023

Diyan Astari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Penegasan Istilah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Kerangka Teori	8
H. Penelitian Terdahulu.....	17
I. Metode Penelitian	19
1. Jenis Penelitian	19
2. Pendekatan Penelitian.....	20
3. Desain Penelitian	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Analisis Data	23
J. Sistematika Pembahasan.....	25

BAB II TINJAUAN UMUM TEORI.....	27
A. Komunikasi Pemasaran.....	27
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	27
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	28
3. Strategi Komunikasi Pemasaran	29
4. Konsep Komunikasi Pemasaran	30
B. Baruan Komunikasi Pemasaran	32
C. Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	34
1. Strategi Pesan.....	35
2. Strategi Kreatif.....	36
D. Komunikasi Pariwisata	37
1. Pengertian Komunikasi Pariwisata	37
2. Komponen Komunikasi Pariwisata	38
3. Komponen-Komponen dan Elemen Pariwisata	39
E. Kerangka Berfikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
B. Subjek Penelitian	43
C. Fokus Penelitian.....	43
D. Teknik Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.....	46
2. Kedudukan dan Susunan Organisasi.....	51
B. Media Promosi Wisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen.....	55
C. Hasil Penelitian.....	60
1. Strategi Komununikasi	60
D. Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif	61

1. Strategi Pesan.....	61
2. Strategi Kreatif.....	64
E. Komunikasi Pemasaran.....	67
F. Komunikasi Pariwisata	74
G. Elemen- Elemen Komunikasi Parwisata.....	77
H. Pembahasan Penelitian	78
1. Strategi Komunikasi	78
2. Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Pada Tumbas (<i>Tourism Marketplace Berbasis Website</i>)	79
3. Komunikasi Pemasaran.....	80
4. Komunikasi Pariwisata	81
BAB V PENUTUP	82
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sumber Instagram Disparbud @Disparbud	2
Gambar 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata, BPS Kabupaten Kebumen.....	4
Gambar 3 Tampilan Menu Tumbas (Tourism Marketplace Berbasis Website)	5
Gambar 4 Langkah-Langkah Metode Kualitatif Creswell.....	21
Gambar 5 Struktur Organisasi Disparbud	55
Gambar 6 Contoh Leaflet.....	56
Gambar 7 Akun Instagram Disparbud	57
Gambar 8 Facebook Disparbud.....	58
Gambar 9 Akun Tiktok Disparbud.....	59
Gambar 10 Akun Youtube Disparbud.....	59
Gambar 11 Tampilan Menu Tumbas	63
Gambar 12 Gambar Poster Event.....	66
Gambar 13 Tag Line Disparbud.....	67
Gambar 14 Festival Moro Soetta	70
Gambar 15 Safari Budaya	71
Gambar 16 Gelaran Budaya	72
Gambar 17 Event di Wilayah DYI.....	72
Gambar 18 Kerjasama dengan Kebumen Ekspres	74
Gambar 19 Festival Budaya di Objek Wisata Sempor.....	76
Gambar 20 Obyek Wisata Goa Jatijajar.....	77

