



**STRATEGI PROMOSI DKI JAKARTA DALAM MENARIK MINAT  
WISATAWAN MANCANEGARA TAHUN 2015**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)**

**Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising**

**Disusun Oleh :**

**Clara Fredlina**

**44311010008**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2015**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &  
ADVERTISING**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **: STRATEGI PROMOSI DKI JAKARTA DALAM MENARIK  
MINAT WISATAWAN MANCANEGARA TAHUN 2015**

Nama : Clara Fredlina

NIM : 44311010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 12 Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
(Tri Diah Cahyowati, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &  
ADVERTISING**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : **: STRATEGI PROMOSI DKI JAKARTA DALAM MENARIK  
MINAT WISATAWAN MANCANEGARA TAHUN 2015**  
Nama : Clara Fredlina  
NIM : 44311010008  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 12 Agustus 2015

Mengetahui,

**Pembimbing**

UNIVERSITAS  
(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Bidang Studi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &  
ADVERTISING**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI PROMOSI DKI JAKARTA DALAM MENARIK  
MINAT WISATAWAN MANCANEgara TAHUN 2015**  
Nama : Clara Fredlina  
NIM : 44311010008  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

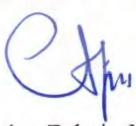
Jakarta, 12 Agustus 2015

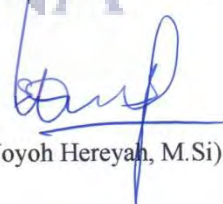
Mengetahui,  
**Pembimbing**

  
(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Bidang Studi**

  
(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

  
(Dr. Yoyoh Hereyan, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION &**  
**ADVERTISING**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI PROMOSI DKI JAKARTA DALAM MENARIK  
MINAT WISATAWAN MANCANEgara TAHUN 2015**

Nama : Clara Fredlina

NIM : 44311010008

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing communication and Advertising

Jakarta, 12 Agustus 2015

Mengetahui,  
Ketua Sidang

Morrisan,SH,MA

Penguji Ahli



Berliani Ardha,M.Si

Pembimbing I

Tri Diah Cahyowati,M.Si

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

	<b>SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI</b>		
	No. Dokumen Tgl. Efektif	<b>040</b> 7 MARET 2005	

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Clara Fredlina  
 NIM 44311010008  
 Bidang Studi Advertising & Marcomm  
 Jenis Rumah  
 No. Telp. 081932243352

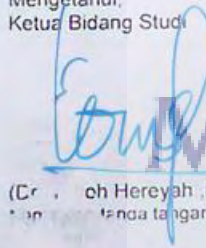
Derjanti akan menyelesaikan perbaikan skripsi dan menyerahkan artikel e-jurnal dalam bentuk soft copy selambat-lambatnya 2 minggu yaitu tanggal 20 Agustus 2015. Apabila sampai tanggal tersebut saya belum menyerahkan perbaikan skripsi yang telah disyahkan oleh Pembimbing I, Pembimbing II, Penguji Ahli, dan ketua Sidang, maka saya bersedia dikenakan sanksi \*

- Pembatalan kelulusan sidang dan bersedia untuk melakukan sidang ulang
- Drop out karena telah habis masa studi

Dengan surat perjanjian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Selasa, 4 Agustus 2015

Mengetahui,  
Ketua Bidang Studi



(Dr. Ach Herayah, M.Si)  
Tanda tangan

Yang menyatakan



(Clara Fredlina)  
Nama dan tandatangan

**Catatan :**

\*) beri tanda (✓) sesuai kondisi mahasiswa yang bersangkutan

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, pemelihara alam semesta yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sampai penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Promosi DKI Jakarta Dalam Menarik Minat Wisatawan Mancanegara Tahun 2015”

Skripsi ini disusun demi memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi, selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual maupun informasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. Selaku Dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan dukungan, serta keluangan waktu kepada penulis untuk bersedia membimbing dalam pembuatan skripsi.
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si. Selaku ketua bidang studi Marketing Communications and Advertising.
3. Bapak Dadan Iskandar. M.Si. Terimakasih atas kesediaannya untuk menjadi Ketua Sidang penulis
4. Ibu Berliani Ardha, SE. M.Si. Terimakasih atas kesediaan Ibu untuk menjadi Penguji Ahli penulis.
5. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, terimakasih atas ilmu-ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Seluruh staff Tata Usaha FIKOM yang sudah banyak membantu penulis dalam pembuatan surat-surat pengantar.
8. Untuk mama dan papa Terimakasih untuk do'a dan dukungan secara penuh baik secara materi ataupun moril yang telah diberikan oleh penulis demi terciptanya penelitian untuk gelar S1 ini.
9. Untuk kakak – kakak tersayang terimakasih atas doa dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelsaikan skripsi ini.

10. Untuk sahabat yang paling punya kesabaran ekstra Ustadz terimakasih banyak telah membantu penulis dari awal hingga akhir, bersedia direpotkan dalam hal apapun Cuma Allah yang bisa bales ya tad
11. Untuk Elsa Damayanti sahababat 4 tahun terimakasih telah menemani penulis dari awal gerbang perkuliahan hingga selesai.
12. Untuk sahabat bala boyi boyi makasih banyak atas supportnya dan kebaikan hatinya berjuang bersama penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk sahabat abadi ayu dan ria terimakasih atas segala support dan perhatiannya yang telah diberikan kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini
14. Untuk seluruh teman – teman Marcomm 2011 terimakasih atas dukungan serta doa untuk penulis sehingga skripsi ini dapat dijalankan dengan baik

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata semoga skripsi yang penulis buat ini dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi yang membaca.

Jakarta, 28 Juli 2015

Penulis

Clara Fredlina



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>ABSTRAKSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2.Fokus Penelitian .....	6
1.3.Tujuan Penelitian .....	7
1.4.Identifikasi Masalah.....	7
1.5. Manfaat Penelitian	
1.5.1 Manfaat Akademis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.1 Pemasaran Jasa .....	12
2.1.2 Karakteristik Jasa .....	14
2.2 Promosi Sebagai Elemen Pemasaran.....	16
2.2.1 Promosi.....	22
2.2.2 Tujuan Promosi.....	24
2.2.2 Bauran Promosi.....	25
2.3 Strategi Promosi.....	31
2.3.1 Analisis SWOT .....	34
2.3.2 Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning .....	35
2.3.3 Definisi Pariwisata dan Wisatawan.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Paradigma Penelitian.....	44
3.2. Metode Penelitian.....	44

3.3. Subjek Penelitian .....	45
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Data Primer .....	46
3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5 Teknik Analisa Data .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	50
4.1.1 Profile Dinas Pariwisata DKI Jakarta .....	50
4.1.2 Visi Misi Dinas Pariwisata DKI Jakarta .....	51
4.1.3 Tujuan Dinas Pariwisata DKI Jakarta.....	52
4.2. Hasil Penelitian .....	52
4.2.1 STP ( <i>segmentasi, targeting positioning</i> ).....	52
4.2.1.1 Segementasi.....	53
4.2.1.2 Targeting .....	54
4.2.1.3 Positioning .....	55
4.2.2 SWOT ( <i>streght, weakness,opportunity,threat</i> ) .....	56
4.2.2.1 Streght .....	58
4.2.2.2 Weakness.....	59
4.2.2.3Opportunity .....	60
4.2.2.3Threat .....	61
4.2.3 Strategi Promosi.....	61
4.2.3.1 Pelaksanaan dan Pemilihan Media.....	65
4.3. Pembahasan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran .....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	82
5.2.2 Saran Praktis.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 .....	20
Gambar 4.1 .....	47
Gambar 4.2 .....	84
Gambar 4.3 .....	51
Gambar 4.4 .....	65
Gambar 4.5 .....	69
Gambar 4.6 .....	73
Gambar 4.7 .....	74

