



Judul Skripsi :

STRATEGI KOMUNIKASI SUKU DINAS PARIWISATA JAKARTA SELATAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN KE OBJEK WISATA MUSEUM LAYANG-LAYANG

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dava Dzaky Pratama

NIM : 1810411259



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL

VETERAN JAKARTA 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Dava Dzaky Pratama

Nim : 1810411259

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2024

Yang menyatakan,



Dava Dzaky Pratama

**YATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dava Dzaky Pratama

NIM : 1810411259

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI SUKU DINAS PARIWISATA JAKARTA
SELATAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN KE
OBJEK WISATA MUAEUM LAYANG-LAYANG**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 07-08-2024

Yang menyatakan,



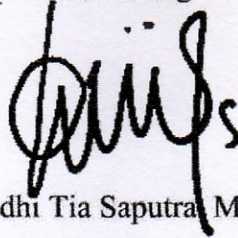
Dava Dzaky Pratama

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Dava Dzaky Pratama
NIM : 1810411259
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Suku Dinas Pariwisata Jakarta Selatan
Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Ke Objek Wisata
Museum Layang-layang

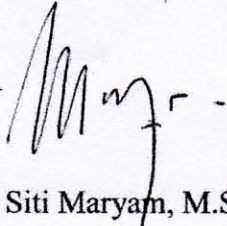
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



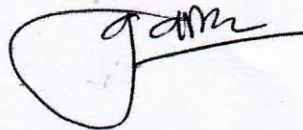
(Windhi Tia Saputra, M.Si)

Penguji 1



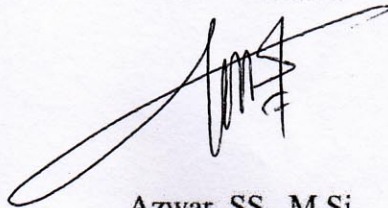
(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Penguji 2



(Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 31-05-2024

ABSTRAK

Museum menjadi salah satu tempat yang bisa menjadi salah satu objek wisata yang bisa dikunjungi orang untuk berlibur. Penelitian ini membahas tentang salah satu museum yang sudah cukup lama berdiri di daerah Jakarta Selatan yaitu Museum Layang-layang Indonesia. Museum Layang-layang merupakan museum yang menyimpan banyak koleksi Layang-layang dari seluruh penjuru Indonesia maupun mancanegara. Layang-layang yang dipajang disini kebanyakan merupakan hasil buatan dari para pelayang dari berbagai daerah maupun dari karyawan di Museum Layang-layang itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang digunakan oleh Suku Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Jakarta Selatan dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Layang-layang

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Kemudian dianalisis menggunakan Communication Goal Theory. Dari hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa strategi komunikasi yang digunakan Suku Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Jakarta Selatan ternyata efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Layang-layang, dan dapat dikatakan juga termasuk strategi komunikasi yang unik dalam mempromosikan sebuah objek wisata

Kata kunci: Museum, Layang-layang, Strategi Komunikasi, Goal

ABSTRACT

Museum is one of the places that can be a tourist attraction that people can visit on vacation. This research discusses one of the long-established museums in the South Jakarta area, namely the Indonesian Kite Museum. Museum Layang-layang is a museum that stores a large collection of kites from all over Indonesia and abroad. The kites on display here are mostly made by kites from various regions as well as from employees at the Kite Museum itself. This research aims to find out what communication strategies are used by the South Jakarta Tourism and Creative Economy Office in increasing the number of visits to the Kite Museum.

The method used in this research is descriptive qualitative. Then analyzed using Communication Goal Theory. From the results of the analysis that has been done, it can be seen that the communication strategy used by the South Jakarta Tourism and Creative Economy Office is effective in increasing the number of visits to the Kite Museum, and can also be said to include a unique communication strategy in promoting a tourist attraction.

Keywords: Museum, Kite, Communication Strategy, Goal

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Februari tahun 2022 adalah “Strategi Komunikasi Suku Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Jakarta Selatan Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Ke Objek Wisata Museum Layang-layang”. Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi dari awal hingga akhir membentuk satu kesatuan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan, masukan, bimbingan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada :

1. Bapak Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Munadil Abdul Muqstith, Ph.D. selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Mas Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.
4. Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si. dan Bapak Irpan Ripa’i Sutowo, SE,M.Si selaku dosen penguji sidang skripsi yang turut memberikan saran dan kritik yang bermanfaat.
5. Ayah, ibu, dan adik saya serta seluruh keluarga besar yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa.
6. Teman-teman Komunikasi’18 (Syahrul, Eric, Alfi dan Rival)
7. Teman-teman kosan saya yang selalu memberikan semangat dan juga motivasi bagi saya selama proses pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhir

Akhir kata, saya selaku penulis memohon maaf apabila skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis sudah berusaha maksimal agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 13 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Dava Dzaky Pratama'.

Dava Dzaky Pratama

NIM: 1810411259

Daftar Isi

JUDUL	i
Lembar Pernyataan Orisinalitas	ii
Lembar Pengesahan Skripsi	iii
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
Daftar Isi.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Manfaat Akademis	22
1.4.2 Manfaat Praktis	22
1.5 Sistematika Penulisan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Konsep Dan Teori Penelitian.	25
2.1.1 Komunikasi.....	25
2.1.2 Strategi Komunikasi.	26
2.1.3 Bauran Promosi.....	29
2.1.4 Pariwisata.....	33
2.1.5 Museum.	35
2.1.6 Teori Penelitian.....	36
2.2 Kerangka Berpikir.	37

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Objek Penelitian.	38
3.2 Jenis Penelitian.	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.	38
3.3.1 Wawancara.....	38
3.3.2 Observas.....	39i
3.3.3 Studi Pustaka.....	39
3.4 Sumber Data.	40
3.4.1 Data Primer.	40
3.4.2 Data Sekunder.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.	40
3.6 Tabel Rencana Waktu.	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Informan.	43
4.2 Gambaran Umum Obyek Penelitian.	45
4.2.1 Sejarah Museum Layang-layang.....	45
4.2.2 Logo Obyek Penelitian.....	46
4.2.3 Visi dan Misi.....	46
4.3 Strategi Komunikasi Museum Layang-layang.....	46
4.4 Strategi Komunikasi Yang Dilakukan Oleh Pihak Suku Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Jakarta Selatan.	52
4.5 Pengaruh Kegiatan Digital Mobile Advanture Terhadap Museum Layang-layang.	58
4.6 Penggunaan Media Sosial Instagram Museum Layang-layang.	62
4.7 Pentingnya Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Museum Layang-layang.....	64
4.8 Analisis SWOT Museum Layang-layang.	71
4.9 Analisis Strategi Komunikasi Suku Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Jakarta Selatan Berupa Kegiatan Digital Mobile Advanture Dengan Communication Goal Theory.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.	78

5.2 Saran.....	80
5.2.1 Saran Praktis.	80
5.2.2 Saran Teoritis.	80
DAFTAR PUSTAKA	82
Bibliography.....	82
Daftar Lampiran.	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Museum Layang-Layang Indonesia (2016-2022) 7

Tabel 3 1 Waktu Penelitian..... 42

Tabel 4. 1 Data Pengunjung Museum Layang-layang Indonesia Periode Tahun
2022..... 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia (2011-2021).	2
Gambar 1 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia (Agustus 2021- Agustus 2022).	4
Gambar 1 3 Jumlah Kunjungan Ke Museum Di Jakarta (2021).	6
Gambar 4.2 1 Sejarah Museum Layang-layang.	45
Gambar 4.2 2 Logo Museum Layang-layang Indonesia.	46
Gambar 4.6 Penggunaan Sosial Media Instagram Museum Layang-layang Indonesia.	63
Gambar 4.7 1 Daftar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia (Juli 2023).	66
Gambar 4.7 2 Postingan Di Instagram Museum Layang-layang Indonesia.	68
Gambar 4.7 3 Postingan Salah Satu Kunjungan Ke Museum Layang-layang.	69
Gambar 4.7.4 Postingan Kunjungan Dari Beberapa Mahasiswa The Ohio University Ke Museum Layang-layang Indonesia.	70

Daftar Lampiran

Lampiran Penelitian Skripsi.....	92
----------------------------------	----