



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN APLIKASI GOERS
DALAM MELAKUKAN PENJUALAN TIKET WISATA VW
TOUR BOROBUDUR TAHUN 2022**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)**

**Aina Febricia Susanta
193516516500**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF GOERS
APPLICATION IN SELLING VW TOUR BOROBUDUR TOUR
TICKETS IN 2022**

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom)**

Aina Febricia Susanta

193516516500

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2023

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aina Febricia Susanta
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516500
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam Melakukan Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, Februari 2023

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR


PENGESAHAN SKRIPSI

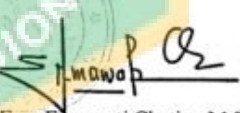
Nama : Aina Febricia Susanta
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516500
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
APLIKASI GOERS DALAM MELAKUKAN
PENJUALAN TIKET WISATA VW TOUR
BOROBUDUR TAHUN 2022
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Nasional.

Jakarta, 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dekan


Swatiningsih, S.E., M.Si


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aina Febricia Susanta

NPM : 193516516500

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam
Melakukan Penjualan Tiket VW Tour Borobudur Tahun 2022

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang

Dr. Hendra Maulana Saragih, S.IP., M.Si.

Pembimbing I/Penguji I

Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Pembimbing II/Penguji II

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 /Februari/2023



52/1/2023
[Handwritten signature]
.....
[Handwritten signature]
.....
[Handwritten signature]
.....

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : Aina Febricia Susanta

Npm : 193516516500

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam
Melakukan Penjualan Tiket Wisata Vw Tour Borobudur Tahun
2022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 3 Februari 2023

Yang membuat pernyataan

Aina Febricia Susanta

ABSTRAK

Nama : Aina Febricia Susanta
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam

Melakukan Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur
Tahun 2022

Kata Kunci Komunikasi pemasaran, Penjualan tiket, wisata VW Tour Borobudur	<p>Perkembangan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Adanya teknologi internet yang pesat, pola aktivitas masyarakat Indonesia bergeser. Aktivitas masyarakat yang dulunya memesan tiket konser, wisata dan lain-lain dulunya hanya bisa dilakukan secara langsung, sekarang dilakukan dengan teknologi internet dikenal dengan istilah online application. Pembelian tiket secara daring (online) dapat diakses melalui aplikasi digital yang dikenal dengan istilah aplikasi <i>mobile application</i> yang ternama di Indonesia adalah Goers. Dalam hal ini, terdapat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran aplikasi Goers dalam melakukan penjualan tiket wisata VW tour Borobudur. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi pemasaran. Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Narasumber dalam penelitian ini merupakan Tim <i>Product</i> Goers, Owner VW Tour Borobudur dan pemegang media social VW Tour Borobudur dengan kebutuhan yang berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan adalah menunjukkan bahwa dalam melakukan penjualan tiket VW Tour Borobudur mengaplikasikan unsur – unsur komunikasi pemasaran yang berpengaruh pada masyarakat sehingga terjadi keputusan pembelian tiket. Strategi komunikasi pemasaran ini berhasil meningkatkan penjualan tiket pada wisata VW Tour Borobudur tahun 2022.</p>
Pembimbing	Swastiningsih, SE.M.Si

ABSTRACT

Name : Aina Febricia Susanta

Program : *Communication Sciences Department (Public Relations)*

Title : *Marketing Communication Strategy of Goers Application in Selling VW Tour Borobudur Tour Tickets in 2022*

<p>Keywords</p> <p><i>Marketing communications, Ticket sales, VW Tour Borobudur</i></p>	<p><i>The development of internet technology is growing rapidly. The existence of rapid internet technology, the pattern of activities of Indonesian society has shifted. Community activities that used to order tickets for concerts, tours and others used to be done directly, are now done with internet technology known as online applications. Online ticket purchases can be accessed through digital applications known as mobile application applications, the most famous in Indonesia is Goers. In this case, there is a formulation of the problem in this study is to find out the marketing communication strategy of the Goers application in selling VW tour Borobudur tour tickets. The theoretical basis used in this research is the theory of marketing communication strategy. The method of approach in this research is a qualitative approach. The sources in this research are the Goers Product Team, VW Tour Borobudur Owner and VW Tour Borobudur social media holders with different needs. The results of this study indicate that the marketing communication strategy used is to show that in selling tickets VW Tour Borobudur applies elements of marketing communication that influence the public so that ticket purchase decisions occur. This marketing communication strategy has succeeded in increasing ticket sales on the VW Tour Borobudur tour in 2022.</i></p>
<p>Thesis Adviser</p>	<p>Swastiningsih, SE.M.Si</p>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sahalawat serta salam penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat beliau yang telah membawa lentera penerang bagi aqidah dan akhlak manusia sehingga kita bisa hidup dengan penuh kedamaian dan limpahan ilmu pengetahuan. Skripsi yang sederhana ini, penulis selesaikan dalam rangka memenuhi persyaratan program Strata I pada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik Universitas Nasional Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan judul skripsi “Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam Melakukan Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur Tahun 2022”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis dapat menyampaikan ucapan terima kasih yang seting – tingginya kepada orang tua yaitu Bapak Agus Susanta dan Ibu Mirani, berkat doa dan dukungan baik moril maupun materil penulis dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, yang selalu memberikan dorongan dan motivasi selama ini demi kesuksesan penulis untuk masa yang akan datang. Selain itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta
2. Kepada Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Kaprodi Studi Ilmu Komunikasi, beserta

Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.

4. Kepada Ibu Swastiningsih, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pemikiran, dan tenaga untuk membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Hendra Maujana Saragih, S.IP.,M.Si. selaku dosen Ketua Sidang Skripsi saya.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos.M.Si. selaku Penguji 1 pada Sidang Skripsi saya.
7. Ibu Dra. Masnah, M.Si selaku dosen PA saya.
8. Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Kepada Diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sejauh ini, sekuat ini, untuk tidak pernah bosan berproses dalam segala hal.
10. Pihak perpustakaan Universitas Nasional yang telah banyak membantu memberikan fasilitas peminjaman buku buku yang penulis butuhkan.
11. Terima kasih pula kepada kakak Valiant adik-adik Satria dan Belva yang selalu menjadi semangat bagi penulis.
12. Teman – teman Angkatan Ilmu Komunikasi 2019 Universitas Nasional serta teman – teman baik yang seangkatan maupun yang lainnya selingkungan Universitas Nasional khususnya jurusan Komunikasi dan Public Relations.
13. Teman-teman dari UKM UNAS-TV Universitas Nasional 2020 maupun Angkatan lainya, yang telah membangun diri penulis penuh dengan

pengetahuan dan memberi saran maupun masukan bagi penulis.

14. Kepada rekan seperjuangan skripsi, Devi, Uta, Tulus, Putri, Maulin, Dika, Ryan, Hanif, Hafidz, Dafa, Irul, Aldi.

15. Kepada rekan sahabat saya Tyas, Ica, Rilda, Danti, Aini, Meta, Vivi, Krisna, Ajeng.

16. Key Informan dan Informan saya yang telah senantiasa meluangkan waktunya untuk di wawancara bersama penulis, ada bapak Anton selaku Business Development Goers selaku Key Informan, Akhmad Khoirul Anam selaku Informan 1 saya dan Informan kedua saya ada pak Abdul.

Penulis mengetahui bahwa skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan.

Maka dengan itu, Penulis sangat menerima kritik dan saran yang dapat membangun agar penulisan skripsi ini semakin baik. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dan berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca semua.

Jakarta, 3 Februari 2023

Aina Febricia Susanta

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Pengertian dari Kajian Kepustakaan	23
2.2.1 Studi Kepustakaan.....	23
2.2.2 Landasan Teori.....	24
2.2.3 Strategi Pemasaran.....	26

2.2.4 <i>Event</i>	32
2.3 Kerangka Teori.....	35
2.3.1 <i>New Media</i>	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Penentuan Informan.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	44
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.2 Pembahasan Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam Melakukan Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur Tahun 2022.....	55
4.2.1 Model Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur	72
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Persetujuan skripsi.....	84
Lampiran II Cek turnitin.....	85
Lampiran III Ketersediaan pembimbing.....	86
Lampiran IV Permohonan penelitian I.....	87
Lampiran V Permohonan penelitian II.....	88
Lampiran VI Draf wawancara.....	89
Lampiran Transkrip wawancara.....	94
Lampiran Lembar konsultasi bimbingan.....	111
Lampiran Dokumentasi.....	112
Lampiran Persetujuan perbaikan skripsi.....	115
Lampiran Daftar riwayat hidup.....	116



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel penelitian terdahulu.....	13
Tabel 3.5 Tabel jadwal penelitian.....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tiket VW Tour Borobudur pada aplikasi Goers.....	3
Gambar 1.2 Tiket VW Tour Borobudur	5
Gambar 1.3 Gravik Travel Agent.....	8
Gambar 4.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Tampilan sign in pada aplikasi Goers	48
Gambar 4.2 Bagian menu, event, placeses.....	49
Gambar 4.3 Pembelian tiket tours.....	51
Gambar 4.4 Logo Goers.....	51
Gambar 4.5 Struktur organisasi Goers	53
Gambar 4.6 Perjalanan VW Tour Borobudur	54
Gambar 4.7 Akun Instagram VW Tour Borobudur.....	57
Gambar 4.8 Promosi Goers	59
Gambar 4.9 Pemasaran Goers.....	63
Gambar 4.10 VW Tour Borobudur.....	64
Gambar 4.11 Website Goers.....	68
Gambar 4.12 Strategi komunikasi pemasaran.....	71
Gambar 4.13 Advertising Goers.....	72
Gambar 4.14 Instagram Goers.....	75
Gambar 4.15 Gravik pengguna aplikasi Goers.....	77