

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM
MEMPROMOSIKAN *EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING
ARTS* (SIPA) 2024**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

Devandra Dicky Kurniawan

2021071015

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM
MEMPROMOSIKAN *EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING
ARTS (SIPA) 2024***

Disusun Oleh :
Devandra Dicky Kurniawan
NIM. 2021071015

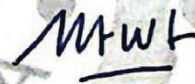
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
dihadapan dewan penguji
Pada tanggal 05 AGUSTUS 2025

Pembimbing I



Hasbullah Azis, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN. 0612078707

Pembimbing II



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum.
NIDN. 0628108301

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S.,M.Hum.
NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN *EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) 2024*

Disusun Oleh :

Devandra Dicky Kurniawan

NIM. 2021071015

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi

Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta

Pada Tanggal 05 AGUS TUS 2025

Susunan Dewan Penguji :

Dewan Penguji

Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom.

NIDN. 0612078707

Dewan Penguji

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

Dewan Penguji

Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN. 0617058903

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni

Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si
NIDN. 0602058801

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum
NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devandra Dicky Kurniawan
NIM : 2021071015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di Universitas lain.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 24 Juli 2025

Yang membuat pernyataan




Devandra Dicky Kurniawan
NIM. 2021071015

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devandra Dicky Kurniawan
NIM : 2021071015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora dan Seni
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi/laporan penelitian saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS KEBUDAYAAN
DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN
EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) 2024

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mampublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai *co-author* atau pencipta dan juga sebagai hak milik pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 24 Juli 2025



Devandra Dicky Kurniawan
NIM. 2021071015

MOTTO

“ Dan bila aku berdiri tegar sampai hari ini, bukan karna kuat dan hebatku, semua karena cinta. ”

(Joey Tobing – Karena Cinta)

“ If there's something you can do today, do it. Do not wait until tomorrow ”

(Marc Marquez)

“Jangan jadi kuat, jadilah kenyal. Kalau kenyal, semakin ditekan maka akan membalas semakin tinggi”

(Pamungkas)

“Dimanapun kita berada selalu ambil peran, sekecil apapun”

(Pamungkas)

“Beranilah untuk benar, meskipun hanya sendirian”

(Baharuddin Lopa)

“Yang paling bisa membuat kita memotivasi diri terkuat kita adalah menjawab kritik dari orang lain”

(Bambang Pamungkas)

“Dreams are not what you see in your sleep. Dreams are things which do not let you sleep.”

(Cristiano Ronaldo)

“Sedikit adab bisa menutupi kurangnya ilmu, tapi tidak ada ilmu sebanyak apapun yang bisa menutupi sedikitnya adab”

(Felix Yanwar Siauw)

“Kita wajib baik di mata Tuhan, tapi tidak perlu terlihat baik di mata manusia”

(Habib Jafar)

“Percaya dengan diri sendiri, fokus terhadap diri lu, perbaiki diri lu. Bukan lihat rumput tetangga. Kalau lu bisa melakukan itu, lu akan berkembang”

(Justinus Lhaksana)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil/alamin. rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, dengan kuasa-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Adapaun, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah, Ibu dan keluarga tercinta. Terima kasih atas segala doa, cinta, dan dukungan yang tak pernah putus. Perjalanan ini tidak akan berarti tanpa pengorbanan kalian. Skripsi ini adalah wujud kecil dari rasa terima kasihku yang tak terhingga. Semoga aku bisa selalu menjadi kebanggaan kalian.
2. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta. Terimakasih atas segala bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan dengan penuh kesabaran dan dedikasi selama proses penyusunan penelitian ini. Kesediaan Bapak sebagai pembimbing bukan hanya memberikan saya petunjuk akademis, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan motivasi yang tak ternilai. Terima kasih atas segala waktu, tenaga, dan perhatian yang telah dicurahkan demi keberhasilan karya ini.
3. Rekan-rekan angkatan 21. Terima kasih telah menjadi *support system* terbaik di tengah perjuangan penulis menulis skripsi. Skripsi ini bukan hanya hasil kerja keras sendiri, tapi juga tawa dan dukungan dari kalian semua.
4. Untuk diriku sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah melalui semua tantangan dengan penuh semangat. Skripsi ini adalah bukti bahwa aku bisa melewati semua hal yang pernah terasa mustahil.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN *EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS* (SIPA) 2024” tepat pada waktunya.

Keberhasilan penulis dalam membuat skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kerjasama berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Sri Huning Anwariningsih, ST, M.Kom selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Destina Paningrum, S.E., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan (SKP) Universitas Universitas Sahid Surakarta.
3. Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
4. Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
5. Hasbullah Azis, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
6. Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum Pembimbing II Skripsi yang telah banyak memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.
7. Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji.
8. Alm. ayah tercinta, Bapak Joko Sihono yang semasa hidupnya telah menjadi teladan dan sumber kekuatan dalam hidup penulis. Meskipun tidak lagi

hadir secara fisik, semangat, nilai-nilai hidup, dan doa-doa beliau senantiasa menjadi cahaya dalam setiap langkah penulis.

9. Ibu terkasih, Ibu Ponirah sosok yang selalu hadir dengan doa, ketulusan, dan kasih sayang yang tak pernah surut. Dukungan Ibu dalam setiap langkah penulis menjadi sumber kekuatan yang luar biasa.
10. Kakak-kakak tersayang, untuk Eka Wijayanti, Putri Ratnawati dan Dian Setyowati. Terima kasih sudah jadi bagian penting dari proses ini, dengan kasih sayang yang nggak pernah kurang, bahkan saat aku sendiri belum pandai mengungkapkan.
11. Teman-teman ilkom usahid angkatan 21 yang telah berjuang bersama selama masa dalam perkuliahan.
12. Teman-teman seperjuangan, Nissa, Destika, Mega, Ilham, Malik, Fauzi, Eko dan Christian yang selalu memberikan hiburan dan dukungan di semangat, tawa, dan dukungan di setiap proses yang dilalui.
13. Sahabat satu proses, Niken dan Anggun. Terima kasih sudah jadi bagian dari cerita yang penuh naik turun ini. Kalian bukan hanya sahabat, tetapi juga pelipur penat, penyemangat di kala lelah.
14. Semua pihak yang terlibat namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan material dalam penulisan skripsi ini.
15. Untuk diriku sendiri, Devandra Dicky Kurniawan. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah, bahkan saat rasanya ingin menyerah.

Semoga segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan kepada penulis menjadi motivasi serta doa terbaik yang akan kembali kepada kalian semua dan mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat untuk para pembaca pada umumnya dan untuk penulis pada khususnya.

Surakarta, 24 Juli 2025

Devandra Dicky Kurniawan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Definisi Komunikasi	10
2.3 Unsur Proses Komunikasi.....	11
2.4 Komunikasi Pemasaran	12
2.5 Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	13
2.6 Analisis SWOT	16
2.7 Kerangka Berpikir.....	18
BAB III	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	19
3.3 Sumber Data dan Data	19

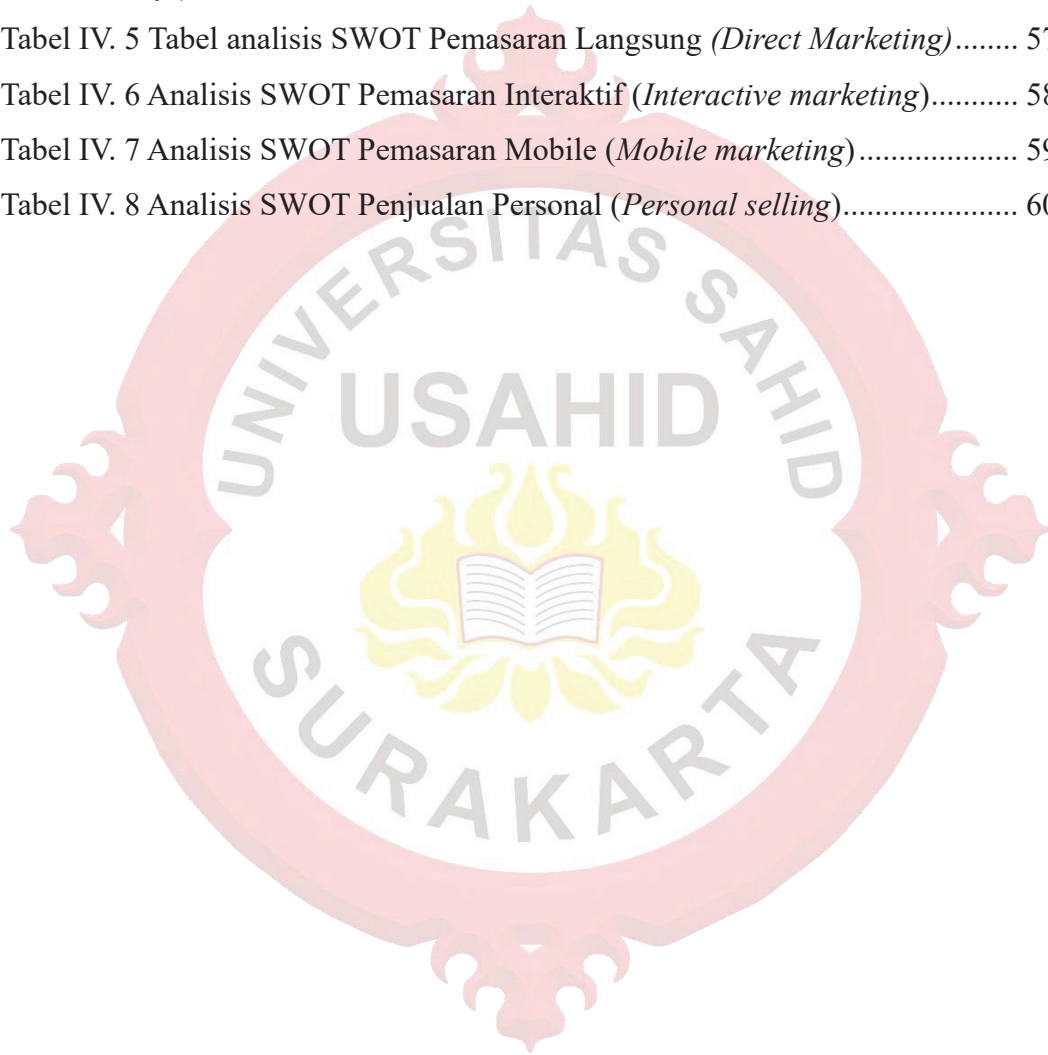
3.4	Teknik Pengumpulan Data	20
3.5	Teknik Sampling	21
3.6	Validasi Data	21
3.7	Teknik Analisis Data	22
BAB IV		24
HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Deskripsi Lokasi	24
4.1.1	Gambaran Umum DISBUDPAR Kota Surakarta.....	24
4.1.2	Struktur Organisasi DISBUDPAR Kota Surakarta	25
4.1.3	Solo International Performing Arts	27
4.2	Analisis IMC pada pelaksanaan SIPA 2024	28
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu SIPA 2024	29
4.2.2	Tingkatan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu SIPA 2024	49
4.3	Analisis SWOT	52
BAB V		62
PENUTUP		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		1

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Penerapan Komunikasi Pemasaran di SIPA 2024.....	4
Gambar II. 1 Kerangka Berpikir.....	18
Gambar III. 1 Analisis Model Interaktif.....	22
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi DISBUDPAR Kota Surakarta.....	25
Gambar IV. 2 Pelaksanaan SIPA 2024	28
Gambar IV. 3 Unggahan Official Poster SIPA 2024 di instagram	30
Gambar IV. 4 Dokumentasi kegiatan talk show bersama RBTV Jogja	31
Gambar IV. 5 Unggahan akun Instagram @radio_solopos yang mempromosikan program “Bincang Spesial” bersama SIPA 2024	32
Gambar IV. 6 Unggahan pada Media Sosial terkait promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) pada pelaksanaan <i>event</i> SIPA 2024	34
Gambar IV. 7 Penerapan Acara dan Pengalaman (<i>event and experience</i>) dalam IMC melalui kegiatan <i>pre-event</i> SIPA 2024	35
Gambar IV. 8 Penerapan Acara dan Pengalaman melalui Kegiatan SIPA Urban Market	36
Gambar IV. 9 Kolaborasi dengan ISI Surakarta sebagai Bentuk Strategi Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	38
Gambar IV. 10 <i>Press conference</i> Wajah SIPA 2024.....	39
Gambar IV. 11 Tampilan formulir kontak pada situs resmi SIPA 2024 merupakan salah satu bentuk implementasi penjualan langsung.....	41
Gambar IV. 12 Akun instagram SIPA Festival.....	43
Gambar IV. 13 Akun Tiktok SIPA Festival	44
Gambar IV. 14 Website resmi SIPA	45
Gambar IV. 15 Tampilan aplikasi Let’s Go To Solo	46
Gambar IV. 16 Bentuk penerapan penjualan personal melalui kegiatan <i>Pre Event 2</i> SIPA 2024.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel IV. 1 Analisis SWOT Periklanan (advertising)	53
Tabel IV. 2 Analisis SWOT Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>).....	54
Tabel IV. 3 Analisis SWOT Acara dan Pengalaman (<i>Events and Experiences</i>) ...	55
Tabel IV. 4 Analisis SWOT Hubungan masyarakat dan publisitas (<i>Public relations and Publicity</i>)	56
Tabel IV. 5 Tabel analisis SWOT Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	57
Tabel IV. 6 Analisis SWOT Pemasaran Interaktif (<i>Interactive marketing</i>).....	58
Tabel IV. 7 Analisis SWOT Pemasaran Mobile (<i>Mobile marketing</i>).....	59
Tabel IV. 8 Analisis SWOT Penjualan Personal (<i>Personal selling</i>).....	60



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA DALAM
MEMPROMOSIKAN *EVENT SOLO INTERNATIONAL PERFORMING
ARTS (SIPA) 2024***

Devandra Dicky Kurniawan

2021071015

ABSTRAK

Promosi sebuah pertunjukan seni budaya, keberhasilan acara tidak hanya ditentukan oleh kualitas pertunjukan semata namun juga oleh strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan. Di era digital, penyelenggara pertunjukan seni budaya dihadapkan pada berbagai tantangan mulai dari perubahan perilaku khalayak, perubahan teknologi komunikasi, hingga pengelolaan interaksi digital antara penyelenggara dengan para stakeholder.

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication/IMC*) yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dalam mempromosikan *event* Solo International Performing Arts (SIPA) 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi IMC mencakup delapan elemen, yaitu: periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran mobile, serta penjualan personal. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari setiap elemen strategi komunikasi.

Penerapan komunikasi pemasaran terpadu mendukung penyebaran informasi yang menyeluruh dan membangun keterlibatan publik terhadap penyelenggaraan SIPA 2024. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam studi komunikasi pemasaran *event* seni budaya dan memberi panduan promosi yang terstruktur bagi pengelola acara.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, IMC, SIPA 2024, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, *event* budaya.

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF THE SURAKARTA CITY CULTURE AND TOURISM OFFICE IN PROMOTING THE 2024 SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ARTS (SIPA) EVENT

Devandra Dicky Kurniawan
2021071015

ABSTRACT

The success of a promotional event for a cultural arts performance is determined not only by the quality of the performance but also by the marketing communication strategy implemented. In the digital era, organizers of cultural arts performances face various challenges, including changes in audience behavior, shifts in communication technology, and the need to manage digital interactions between organizers and stakeholders.

This study examines the integrated marketing communication (IMC) strategy implemented by the Surakarta City Culture and Tourism Office in promoting the 2024 Solo International Performing Arts (SIPA) event. This study used a qualitative approach with a case study method. Data were obtained through in-depth interviews and documentation.

The research findings indicate that the IMC strategy encompasses eight elements: advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, direct marketing, interactive marketing, mobile marketing, and personal selling. The researchers also used a SWOT analysis to map the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each element of the communication strategy.

The implementation of integrated marketing communications supports comprehensive information dissemination and builds public engagement in the implementation of SIPA 2024. This research is expected to serve as a reference in the study of arts and cultural event marketing communications and provide structured promotional guidelines for event managers.

Keywords: Marketing Communications Strategy, IMC, SIPA 2024, Department of Culture and Tourism, Cultural Events.

