

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PARIWISATA
BERBASIS BUDAYA PEMERINTAH KOTA
SURAKARTA**

(Studi Kasus Batik Solo Tv di Instagram)

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Magister
Program Pendidikan Magister Tata Kelola Seni



Oleh :
Ivanovich Aldino
1720128420

**PROGRAM STUDI TATA KELOLA SENI
PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2020

PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS

TATA KELOLA SENI

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PARIWISATA BERBASIS BUDAYA
PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
(Studi Kasus Batik Solo Tv di Instagram)**

Oleh

**Ivanovich Aldino
1720128420**

Telah dipertahankan pada tanggal 20 Februari 2020

di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Pembimbing Utama,


Penguji Ahli,



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.

T. Handono Eko Prabowo, MBA., Ph.D.

Ketua Tim Penilai



Kurniawan A. Saputro, Ph.D.

Yogyakarta, ... **20 MAR 2020** ...

Direktur,



Prof. Dr. Djohan, M.Si.
NIP. 19611217 199403 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan disepanjang pengetahuan 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.



Yogyakarta, 3 Februari 2020

Kata Pengantar

Alhamdulillah, segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT., atas segala karunia dan ridho-NYA, sehingga tesis dengan judul “Strategi Pengelolaan Promosi Digital Kegiatan kebudayaan (studi kasus batik solo tv di instagram)” ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister pada Program Magister Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Prof. Dr. Djohan M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Program Magister Tata Kelola Seni.
2. Dosen pembimbing tesis, Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E.,M.Si, yang telah senantiasa memberikan bimbingan dan masukan serta motivasi kepada penulis sejak penelitian hingga tesis ini diajukan.
3. Dosen penguji ahli, T. Handono Eko Prabowo, MBA., Ph. D., yang berjasa memberikan nasehat, bimbingan, arahan dan saran.
4. Ketua Program Pascasarjana Tata Kelola Seni, Dr. Dewanto Sukistono, M.Sn., sebagai pembimbing akademik penulis yang sudah mendorong penyelesaian tesis ini.

5. Kepala Diskominfo SP Surakarta, Kentis Ratnawati, yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian program promosi digital yang dikembangkan Diskominfo SP.
6. Kasi Infrastruktur Diskominfo SP Surakarta, Taufan Redina, yang membantu proses perizinan penelitian dan membagikan data terkait Solo Batik Tv.
7. Pengelola *event* kebudayaan kota Surakarta, Susanto, Irawati Kusumorasri, Jongko Raharjo, Wenny Purwanti, yang sudah berkenan meluangkan waktu untuk wawancara dan berbagi data terkait hubungan kerja sama dengan Solo Batik Tv,
8. *Followers* akun resmi pemerintah kota Surakarta, Indah Septyaning, Nicolaus Irawan, yang telah bersedia menjadi narasumber terkait pengalaman mengikuti perkembangan Solo Batik Tv.
9. Ayah dan umi tercinta, Fahriss Ahmadi dan Sri Rahayu, yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materil selama proses perkuliahan.
10. Kakek nenek, KH. Djaiz Marjono dan Siti Fatimah, yang selalu mendorong saya untuk berhasil meraih gelar magister.
11. Adik tercinta, Farrah Rizki M, yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doa
12. Dr. Junaidi, S.Kar., M.Hum, yang telah mendorong saya menyelesaikan tesis ini dan tempat bertukar pikiran.
13. Pemimpin redaksi Brilio.net, Titis Widyatmoko, yang sudah memberikan izin saya meneruskan pendidikan pascasarjana dengan status saya sebagai wartawan dimedia tersebut.

14. Semua kawan di redaksi dan tim video Brilio.net yang senantiasa mendukung saya untuk menyelesaikan tesis
15. Kawan wartawan di kota Surakarta terkhusus wartawan Lokawarta Balai Kota Surakarta yang sudah bersedia menjadi tempat saya bertukar pikiran.
16. Jono, Oliv, Mima, Ferri, Christin, yang menjadi teman satu bimbingan belajar
17. Seluruh mahasiswa Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang tidak dapat disebutkan satu persatu
18. Terima kasih banyak juga penulis ucapkan kepada pegawai administrasi Pascasarjana ISI YK yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penyelesaian tesis ini.

Dengan keterbatasan dan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis mebnyardari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangna lebih lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap tesis ini memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang menujung kemajuan pengelolaan pariwisata dan budaya.

Yogyakarta,

Penulis

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Abstrak	xii
Abstract	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. TINJAUAN PUSTAKA	9
a. Penelitian Terdahulu	9
B. LANDASAN TEORI	13
1. Pariwisata Budaya	14
2. Analisis SWOT	14
3. Formulasi Strategi	16
4. Promosi Digital	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. METODE PENELITIAN.....	19
a. Lingkup Penelitian	19
1. Lokasi Penelitian	19
2. Objek Penelitian	19
3. Subjek Penelitian	20

b. Jenis Penelitian	21
c. Jenis dan Sumber Data	21
1. Data Primer	21
2. Data Skunder	22
d. Teknik Pengumpulan Data	22
1. Observasi tak berperan	22
2. Wawancara/Pertanyaan Terbuka	22
3. Studi Pustaka	23
e. Variabel	23
B. PROFIL NARASUMBER	25
a. Pendahuluan	25
b. Profil Narasumber	26
1. Profil Admin Media Sosial	27
2. Profil Kepala Diskominfo SP	27
3. Profil Ketua Solo Batik Carnival SBC	27
4. Profil Ketua Solo International Performing Art (SIPA)	28
5. Profil Ketua Solo Batik Fashion (SBF)	28
6. Profil Ketua Solo City Jazz	29
7. Follower yang sudah berkeluarga	29
8. Follower yang belum berkeluarga	29

BAB IV METODE PENELITIAN

A. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DESKRIPTIF	31
a. Sekilas Tentang Batik Solo Tv	31
B. PEMBAHASAN SOLO BATIK TV	34
C. KERJA SAMA BATIK SOLO TV DENGAN PENGELOLA <i>EVENT</i>	37
a. Kerjasama Batik Solo Tv dengan Solo Batik <i>Carnival</i> (SBC)	37

b. Kerjasama Batik Solo Tv dengan Solo International Performing Art	41
c. Kerjasama Batik Solo Tv dengan Solo Batik Fashion (SBF)	45
d. Kerjasama Batik Solo Tv dengan Solo City Jazz (SCJ)	49
D. RESPON FOLLOWERS TERHADAP KONTEN TAYANGAN BATIK SOLO TV	
SOLO TV	52
a. Follower Sudah Berkeluarga (FSB)	52
b. Follower Belum Berkeluarga (FBB)	54
E. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS SWOT	58
a. SWOT	58
b. Tahapan SWOT	60
1. Pemberian Bobot	60
2. Pemberian Peringkat	64
a) Kekuatan	65
b) Kelemahan	66
c) Peluang	67
d) Ancaman	68
3. Hasil Matrik <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	69
4. Hasil Matrik <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	70
c. Tahap Pencocokan	70
1. Analisis Matriks IE (<i>Internal-Eksternal</i>)	70
2. Kuadran Analisis SWOT	72
3. Matrik SWOT	73
d. Tahap Keputusan	75
e. Tahap keputusan berdasarkan Matriks IE	75
f. Tahap keputusan berdasarkan Kuadran Analisis SWOT	76
BAB V METODE PENELITIAN	
A. TEMUAN	77
B. KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	78
a. Keterbatasan Penelitian	78

b. Saran	79
C. IMPLIKASI MANAJERIAL	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	



Daftar Tabel

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Matriks SWOT	15
Tabel 3. Subyek Penelitian	20
Tabel 4. Variabel Internal dan Eksternal	23
Tabel 5. Jumlah dan Data Jenis Kelamin Narasumber Penelitian	26
Tabel 6. Rincian variabel SWOT	59
Tabel 7. Pemberian Bobot Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Organisasi Solo Batik Tv.....	61
Tabel 8. Pemberian Bobot Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Organisasi Solo Batik Tv.....	63
Tabel 9. Pemberian Peringkat Kekuatan Solo Batik Tv	65
Tabel 10. Pemberian Peringkat Kelemahan Solo Batik Tv	66
Tabel 11. Pemberian Peringkat Peluang Organisasi Solo Batik Tv	67
Tabel 12. Pemberian Peringkat Ancaman Organisasi Solo Batik Tv	68
Tabel 13. Hasil Analisis Matrik IFE Organisasi Batik Solo Tv	69
Tabel 14. Hasil Analisis Matrik EFE Organisasi Batik Solo Tv	70
Tabel 15. Matriks IE Organisasi Batik Solo Tv	71
Table 16. Alternatif strategi organisasi Batik Solo Tv dalam matriks SWOT ...	74

Daftar Gambar

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	18
Gambar 2. Proses wawancara dengan admin Solo Batik Tv	32
Gambar 3. Proses wawancara dengan kepala Diskominfo SP	34
Gambar 4. Proses wawancara dengan pembina Solo Batik Carnival SBC	37
Gambar 5. Proses wawancara dengan direktur SIPA	41
Gambar 6. Proses wawancara dengan ketua SBF	46
Gambar 7. Proses wawancara dengan ketua SCJ	50
Gambar 8. Proses wawancara dengan follower yang sudah berkeluarga	52
Gambar 9. Kuadran analisis SWOT Solo Batik Tv	72



Abstrak

Penelitian ilmiah terkait promosi digital dalam bidang pariwisata kota dibutuhkan untuk memberikan edukasi pentingnya perancangan sistem promosi di era digital. Studi kasus pada Batik Solo Tv ini membahas dan menganalisa berbagai faktor yang mempengaruhi capaian konten promosi digital yang diunggah akun resmi pemerintah kota Surakarta dalam *platform* media sosial . Rumusan penelitian ini mengulas strategi yang dilakukan pengelola Solo Batik Tv dalam merancang konten dan bekerja sama dengan pengelola *event* kebudayaan di kota Surakarta. Penelitian ini juga menguji konten promosi digital Solo Batik Tv dengan sudut pandang *follower* akun media sosial pemerintah kota.

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, bertujuan mengetahui teknik penerapan konten audio visual untuk meningkatkan hasil capaian dari kegiatan kebudayaan kota Surakarta. Penelitian ini menunjukkan bagaimana pengelola Solo Batik Tv mengelola konten promosi digital wisata kota. Sehingga hasil penelitian bisa memberikan pandangan baru dalam implementasi manajemen khususnya pada bidang pengelolaan konten audio visual untuk promosi digital wisata kota.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Manajemen Konten Audio Visual, Manajemen Sosial Media, Solo Batik Tv

Abstract

Scientific research in digital promotion for city tourism is paramount to educate the importance of promotion system design in the digital era. In this case study Solo Batik Tv analyzing and discussing factors concerning achieved digital promotion content uploaded by official Surakarta's Government account in social media platform. This thesis research formulation is reviewing strategy used by Solo Batik TV management in designing content and collaboration with other cultural affairs agency in Surakarta. This thesis also tested Solo Batik TV digital promotion content from the city's social media follower point of view.

The researcher used a qualitative descriptive research method with a case study approach to better understand the usage of audio visual content to increase performance from cultural events in Surakarta. This research shows how Solo Batik TV manage city's digital promotion content. The purpose of this research is to give a new perspective in the management implementation notably in the audiovisual content management for city digital tourism promotion.

Keywords: Digital Marketing, Audio Visual Content Management, Social Media Management, Solo Batik TV.