

ABSTRAK

Konsentrasi Advertising

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Richard Aidil Fitriansyah (20100530122)

**STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA, KEPEMUDAAN DAN
OLAHRAGA KABUPATEN MAGELANG DALAM MENINGKATKAN
PENGUNJUNG TAHUN 2014-2016**

Tahun Skripsi : 2017 + 133 Hal + 3 Tabel + 37 Gambar

Daftar Pustaka : 30 Buku + 6 Sumber Online + 3 Sumber lain

Kabupaten Magelang merupakan salah satu tujuan wisata utama yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Magelang memiliki aset dan sumber daya pariwisata daerah yang terdiri dari banyak objek dan daya tarik wisata alam yang berpotensi. Jumlah kunjungan wisata Kabupaten Magelang dari tahun 2014-2016 selalu mengalami peningkatan. Akan tetapi walaupun setiap tahunnya mengalami peningkatan, pada tahun 2014 dan 2015 kunjungan wisata Kabupaten Magelang tidak menembus target yang dicanangkan oleh DISPARPORA Kabupaten Magelang. Pada tahun 2016 kunjungan wisata Kabupaten Magelang kembali mengalami peningkatan dan menembus target yang telah dicanangkan. Sehingga dapat dirumuskan permasalahan yaitu “bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang dalam meningkatkan pengunjung pada tahun 2016?”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang dalam meningkatkan jumlah wisatawan tahun 2016. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumen. Teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan empat langkah, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data kemudian kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam menjalankan kegiatan promosi DISPARPORA Kabupaten Magelang menggunakan delapan langkah strategis Kotler seperti mengidentifikasi pasar yang dituju, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi, mengukur hasil promosi dan mengkoordinasi proses komunikasi yang terintegrasi. Pada bauran promosi DISPARPORA juga menggunakan konsep tiga *instrument* promosi milik Yoeti, yaitu *advertising*, *sales support* dan *public relation*.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Promosi Wisata

ABSTRACT

Advertising Study

Communication Department

Social and Political Science

University Muhammadiyah Yogyakarta

Richard Aidil Fitriansyah (20100520122)

The Promotion Strategy of Departemen Tourism, Youth and Sports of Magelang in increasing the number of tourist year 2014 to 2016

Year of Thesis : 2017 + 133 Pages + 3 Table + 37 Pictures

Bibliography : 30 Books + 6 online source + 3 other source

Magelang is one of the main tourist destination that located in Central Java. Magelang has assets and regional tourism resource that consist of many objects and natural tourist attraction. Started at 2014 the number of tourist in Magelang always increasing. Although it's increase every years, at 2014 and 2015 the number of tourist in Magelang did not reach the target that specified by Department of tourism, youth, and sports of Magelang. At 2016 the number of tourist of Magelang Tourism increasing again and reached the target that specified by Department of tourism, youth, and sports of Magelang. Then I'am as a researcher formulating the problem about "how the promotion strategy of that done by Department of tourism, youth, and sports of Magelang in increasing the number of tourist at 2016?"

This research aims to know and describe the promotion strategy that done by Department of tourism, youth, and sports of Magelang in increasing the number of tourist at 2016. The technique of data collection using interview and document study. The technique of choosing informant using purposive sampling technique. In this research the data analyzed by descriptive qualitative method with four steps of validity checking, there are, data collecting, data reduction, presentation, and conclusion. The technique of data validity is using triangulation technique.

From this research, noted that in implementation of promotion activity Department of tourism, youth, and sports of Magelang used 8 steps of strategy according to Philip Kotler concept, started with identify the intended target, determine the purpose of communication, compose message, choose promotion mix, promotion budget allocation, measure promotional results, and coordination of communication process that integrated. Department of tourism, youth, and sports of Magelang also used three instrument concept of promotion by Yoeti in the step of determining the promotion mix, there are, advertising, sales support, and public relation.

Keywords : Strategy, Marketing Communication, Tourist Promotion.