

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising  
Azif Sujadmoko  
20120530146**

### **STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DAERAH STIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN ASING PERIODE 2014-2015**

**Tahun 2017+ 118 halaman+ 2 lampiran+3 tabel+ 16 gambar+ 1 grafik  
daftar pustaka : 11 Buku + 3 media online**

Penelitian ini membahas mengenai proses kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing pada tahun 2014-2015. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing dan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar atau dokumen yang berkaitan. Langkah-langkah untuk pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan dua narasumber yang pertama adalah Kepala Seksi Promosi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu Dra. Putu Kertiyasa dan narasumber yang kedua adalah Bagian Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Ibu Marlina Handayani, SPd. MM. Selain itu data yang didapatkan untuk mendukung penelitian ini dengan dokumen yang berkaitan dengan promosi pariwisata dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian langkah-langkah yang ditempuh untuk menganalisis data dengan cara pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan didukung dokumen yang berhubungan dengan promosi pariwisata dari Dinas Pariwisata DIY. Tahap analisis selanjutnya adalah proses reduksi hasil dari wawancara. Setelah itu dilakukan penyajian data dengan cara menyusun, mengumpulkan dan menyederhanakan informasi sehingga penyajian data mudah untuk dipahami. Setelah itu menarik kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan promosi pariwisata Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta berjalan sesuai dengan tahap perencanaan dan berhasil memenuhi tujuan dari promosi yang dilakukan, meskipun hal tersebut tetap ada kendala-kendala yang dihadapi.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Promosi Pariwisata, Wisatawan Mancanegara.**

## **ABSTRACT**

**Universitas Muhammadiyah of Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Sciences  
Department of Communication  
Advertising Concentration  
Azif Sujadmoko  
20120530146**

### **PROMOTION STRATEGY OF YOGYAKARTA TOURISM DEPARTMENT TO INCREASE THE NUMBER OF FOREIGN IN PERIOD 2014-2015**

**Year 2017+ + 118 pages + 2 Attachment+ 3 table +16 images + 1 graphics  
References : 11 Books + 3 media online**

This research was discusses about the process of promotion activities undertaken by the Tourism Department of Yogyakarta in an effort to increase the number of foreign tourist arrivals in the year 2014-2015. The purpose of this study was to determine the extent of tourism promotion activities undertaken Yogyakarta Tourism Department to increase the number of foreign tourists and to find out how the implementation of a program run by the Department of Tourism Yogyakarta.

This research is a qualitative descriptive study, in which data are collected in the form of words, pictures or documents related. Steps for collecting data through interviews and documentation techniques. Interviews were conducted with two sources that the first is Section Head of Promotion of Tourism Department of Yogyakarta Special Region, namely Dra. Putu Kertiyasa and the second speaker is part of Tourism Information Services Section of Yogyakarta Special Region is Mrs. Marlina Handayani, Spd. MM. In addition the data obtained to support this research with documents related to the promotion of tourism from Tourism Department of Yogyakarta Special Region. Later steps are taken to analyze the data by means of data collection. Data was collected by interview and supported documents relating to the promotion of tourism from Tourism Office of Yogyakarta. Phase analysis is the process of reduction of the results of the interview. Once that is done by arranging the presentation of data, collecting and simplify the presentation of data so that the information is easy to understand. After that draw conclusions.

The conclusion of the promotion of tourism activities Tourism Department of Yogyakarta Special Region run in accordance with the planning stage and managed to meet the goals of the campaign carried out, although it is still no constraints faced.

**Keywords: Strategy Promotion, Tourism Promotion, Foreign Tourists.**