

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Departemen Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi Public Relations**  
**Orba Rahayu Eksa Priyangi**  
**Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten**  
**Banjarnegara dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Melalui Event**  
**Festival Serayu Banjarnegara 2015**  
**Tahun Skripsi : 2017 + 124 halaman + 22 halaman lampiran + 3 tabel + 27**  
**gambar**  
**Daftar Pustaka : 29 buku + 3 website + 1 jurnal**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. *Event* ini berlangsung di beberapa lokasi di Banjarnegara, Jawa Tengah. *Event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini merupakan penyelenggaraan yang kedua, pada tahun pertama dilakukan tahun 2013. *Event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 memfokuskan sungai Serayu sebagai isu utama, dengan tujuan untuk mengajak masyarakat agar tetap melestarikan dan merawat sungai. Yang menarik dari *event* tersebut yaitu dengan adanya Parak Iwak dan Kongres Sungai Indonesia yang baru pertama kali diselenggarakan di Indonesia.

Kerangka teori yang digunakan adalah teori strategi promosi yang mencakup perencanaan, implementasi dan evaluasi serta teori *event* sebagai promosi yang mengupas mengenai bagaimana sebuah *event* dapat dijadikan sebagai alat promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Lokasi penelitian mengambil tempat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data dengan analisis data kualitatif. Kemudian pada penelitian ini uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara telah dilaksanakan dengan cukup baik dan sesuai dengan teori strategi promosi yang meliputi perencanaan, implementasi dan evaluasi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menggunakan bauran promosi seperti *word of mouth marketing*, periklanan, hubungan masyarakat dan publikasi, serta internet dan interaktif *marketing*

**Kata kunci : Promosi, Pariwisata, Event**

## **ABSTRACT**

**Yogyakarta Muhammadiyah University  
Politics and Social Sciences Faculty  
Communication Science Department  
Public Relations Concentration  
Orba Rahayu Eksa Priyangi  
Promotion Strategy of Hospitality and Culture Service Banjarnegara District  
in Increasing Number of Tourists Through Banjarnegara Serayu Festival  
Event 2015  
Essay year: 2017 + 124 pages + 22 attachments + 3 tables + 27 figures  
Bibliography: 29 books + 3 websites + 1 journal**

This research was aimed to determine the promotion strategy of Banjarnegara Hospitality and Culture Service on Banjarnegara Serayu Festival event 2015. This event took place in some of locations in Banjarnegara, Central Java. Banjarnegara Serayu Festival Event 2015 was the second round, the first time held in 2013. Banjarnegara Serayu Festival Event 2015 focused on Serayu river as the main issue with the purpose of engaging people to conserve and take care of river. The most interesting moment from that event was Parak Iwak and Indonesia's River Congress which conducted for the first time.

Theoretical framework in this research was using promotion strategy theory involved planning, implementation, and evaluation. The theory of event as the promotion which analyzing on how an event can be used as promotion tools. Study method in this research was descriptive case study and analyzed by qualitatively. Study place was taken in Banjarnegara Hospitality and Culture Service. Collecting data method was using interview and documentation. Data analysis techniques was using qualitative data method. Validity test in this research was using source triangulasi.

The result of this research showed that promotion strategy conducted by Banjarnegara Hospitality and Culture Service was going good enough and in line with promotion strategy theory involved planning, implementation, and evaluation. Banjarnegara Hospitality and Culture Service using promotional mix, such as word of mouth marketing, advertising, public relations and publicity, internet and interaktive marketing.

**Keywords: Promotion, Tourism, Event.**