

## **ABSTRAK**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari Imogiri Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Tahun 2015-2016**

Tujuan Penelitian ini adalah 1) untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran pariwisata batik tulis Giriloyo di Desa Wisata Wukirsari dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan dan penerapannya. 2) Untuk mengetahui faktor penentu keberhasilan dan faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.

Metode Penelitian Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2017 di Kantor Pokdarwis Wukirsari. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, Studi pustaka dan dokumentasi. Teknik Analisis Data menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Objek Wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari program kerja Pokdarwis Wukirsari dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata batik tulis Giriloyo di Desa wisata Wukirsari Imogiri: Program Pengelolaan pemasaran Batik Tulis Giriloyo, Program Pengembangan Pemasaran Batik Tulis Giriloyo, Program Pengembangan Destinasi Pariwisata , Program Pengembangan Kemitraan, Program Pengembangan Promosi Pariwisata yang

berbasis Seni dan Budaya Batik Tulis Giriloyo. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Produk, Harga, Tempat dan Promosi. Bentuk-Bentuk Promosi Objek Wisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah periklanan (*advertising*), Penjualan secara personal (*Personal Selling*), Acara (Event), Publisitas (*Publicity*), Media iklan, Pemasaran dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth Marketing*)

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Pokdarwis Wukirsari melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata di wisata batik Giriloyo. Strategi komunikasi pemasaran mencakup bauran pemasaran. Dari 7 bauran pemasaran hanya 5 yang digunakan yakni periklanan (*advertising*), acara (*event*), publisitas (*publicity*), pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth communications*), dan penjualan secara personal (*personal selling*). Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pokdarwis Wukirsari dipengaruhi oleh faktor – faktor berikut : Faktor pendukung, yaitu potensi wisata batik tulis Giriloyo dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Faktor penghambat, yaitu kurangnya kesadaran masyarakat akan kepariwisataan, kurangnya dana dan infrastruktur.

Kata kunci: strategi pemasaran, Batik Tulis Giriloyo, Wukirsari Imogiri

## **ABSTRACT**

**Marketing Communication Strategy Write Giriloyo Village Tour Wukirsari  
Imogiri In Improving Tourist Visits  
Year 2015-2016**

The purpose of this research is 1) to describe marketing communication strategy of tourism of Giriloyo batik in Wukirsari Tourism Village in Increasing Tourist Visits and its application. 2) To determine the determinants of success and inhibiting factors in the implementation of tourism marketing communication strategy Write Batik Giriloyo Wukirsari Tourism Village in Increasing Tourist Visits.

**Research Methods** This research uses descriptive qualitative research type. Techniques of collecting data using interviews, Library study and documentation. **Data Analysis Technique** uses data triangulation.

**Results of research** Strategic Planning Marketing Communications Attractions Attractions Batik Giriloyo Wukirsari village by Pokdarwis Wukirsari work program Pokdarwis Wukirsari in efforts to increase the number of tourist visits batik Giriloyo in tourist village Wukirsari Imogiri: Management Program marketing Batik Giriloyo, Program Development Marketing Batik Giriloyo , Tourism Destination Development Program, Partnership Development Program, Tourism Promotion Development Program based on Art and Batik Culture Giriloyo. Implementation of Marketing Communication Strategy Write Giriloyo

Wukirsari Tourism Village In Increasing Number of Tourist Visits. Product, Price, Place and Promotion. Forms Promotional Attractions Wukirsari village especially Batik Giriloyo Wukirsari village is advertising (advertising), Sales of personal (Personal Selling), Events (Event), Publicity (Publicity), media advertising, Marketing by word of mouth (Word-of -mouth Marketing)

The conclusion in this research is Pokdarwis Wukirsari doing marketing communication strategy in an effort to increase the number of tourist visit in Giriloyo batik tour. Marketing communication strategies include the marketing mix. Of 7 marketing mix only 5 are used namely advertising (advertising), events (events), publicity (publicity), word of mouth marketing (word of mouth communications), and personal selling (personal selling). Marketing communication strategy undertaken by Pokdarwis Wukirsari influenced by factors - the following factors: The supporting factors, namely batik Giriloyo tourism potential and the development of information and communication technology. Inhibiting factors, namely lack of public awareness of tourism, lack of funds and infrastructure.

**Keywords: marketing strategy, Batik Giriloyo, Wukirsari Imogiri**