

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Anisati Sauma Ningrum

20120530174

Strategi Promosi Badan Pengelola Monumen Jogja Kembali Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2016

Tahun Skripsi : 2018

Daftar Pustaka : 17 Buku + 3 Skripsi + 7 Internet

Melihat banyaknya destinasi wisata yang ada di Yogyakarta, membuat tempat-tempat wisata tersebut untuk lebih berinovasi dalam meningkatkan jumlah pengunjung agar mampu bersaing dengan wisata yang lain. Bersaing dalam merancang dan membuat strategi untuk mempromosikan wisata yang dimiliki. Monumen Jogja Kembali (Monjali) adalah salah satu destinasi wisata museum yang ada di Yogyakarta dan museum tertua di kabupaten Sleman. Monjali adalah wisata museum yang mempunyai tujuan memberikan edukasi dan hiburan. Penelitian ini pada dasarnya membahas tentang strategi promosi badan pengelola Monjali untuk meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2016. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup perencanaan promosi jasa, pelaksanaan promosi jasa, dan evaluasi kegiatan promosi jasa yang dilakukan oleh bagian pemasaran dari badan pengelola Monjali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian analisis kualitatif berupa penjelasan secara deskriptif. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Uji validitas data dengan teknik triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi badan pengelola Monjali menggunakan program unggulan yang berbeda dengan museum lainnya yaitu *event* peringatan Jogja Kembali dan *event* Serangan 1 Maret. Untuk program unggulan selanjutnya adalah program dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Yogyakarta yaitu travel dialog.

Kata Kunci : Strategi promosi jasa, perencanaan promosi jasa, pelaksanaan promosi jasa, evaluasi promosi jasa

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Studies

Concentration : Broadcasting

Anisati Sauma Ningrum

20120530174

Promotion Strategy of Monumen Jogja Kembali Management Agency to Increase The Number of Visitors in 2016

Undergraduate : 2018

References : 17 Books + 3 Thesis + 7 Website articles

Seeing the many tourist destinations in Yogyakarta, making these tourist places to be more innovative in increasing the number of visitors to be able to compete with other tourism. Competing in designing and strategic to promote tourism. Monument of Jogja Kembali or (Monjali) is one of the museum's tourist in Yogyakarta and the oldest museum in the Sleman district. Monjali is a museum tour that have a purpose of provide education and entertainment. This study basically discusses the promotion strategy of the Monjali management agency to increase the number of visitors in 2016. The theory used in this study includes a planning of service promotion, implementation of service promotion, and evaluation activities performed by marketing department of Monjali. The method used in this study uses qualitative analysis research in the form of descriptive. For data techniques using interviews techniques, observation and documentation. Data analysis techniques that are used with the reduction of the data, the presentation of the data, the conclusion drawing. Test validity of the data by the technique of triangulation of sources. The results of this study are Monjali's promotion strategy using a superior program that is different from other museums, namely the memorial "Jogja Kembali" event and "Serangan 1 Maret" event. For the next superior program of Yogyakarta's Culture and Tourism Service, namely is travel dialogue.

Keyword : Strategi of service promotion, Planning of service promotion, Implementation of service promotion, Evaluation of service promotion