

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Khusnia Azizah

Strategi Promosi Event Dieng Culture Festival Dalam Menarik Wisatawan Periode 2015

Tahun Skripsi : 2016 + 94 Halaman + 19 hal Lampiran + 17 Gambar

Daftar Pustaka: 19 Buku + 3 Sumber Internet

Kegiatan promosi merupakan salah satu elemen penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa. Potensi pariwisata yang besar di wilayah dataran tinggi Dieng mendorong Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara melakukan kegiatan promosi wisata Melalui event Dieng Culture Festival. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana strategi promosi yang dilakukan Kelompok Sadar Dieng Pandawa melalui event Dieng Culture Festival dalam menarik Wisatawan. Kerangka teori yang digunakan adalah teori strategi promosi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian berlangsung di dua tempat yaitu di sekretariat Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa sudah cukup berhasil. Dari data yang peneliti dapatkan dari seorang informan mereka mengetahui adanya event Dieng Culture Festival karena mendapatkan informasi dari salah satu media promosi yang digunakan oleh Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Event Budaya, Dieng Culture Festival

ABSTRACT

Universitas of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Science Study Program

Advertising Concentration

Khusnia Azizah

Event Promotion Strategy Dieng Culture Festival In Attracting The Period 2015

Skripsi Year: 2016 + 94 pages + 19 enclosure + 17 picture

Bibliography: 19 Books + 3 website

Promotion activity is one of important element in promoting a product or service, A big tourism potential at Dieng highland push Dieng Pandawa tourism aware group and department of culture and tourism district Banjarnegara to do tourism promotion activity through event Dieng Culture Festival problem formulation of this research is how this promotion activity of tourism aware group and department of culture and tourism aware group and department of culture and tourism of banjarnegara district the purpose of this research is to describe how promotion strategy of Dieng Pandawa tourism aware group through Dieng Culture Festival event in attracting tourist theory framework is promotion strategy theory

The research method used in this study is qualitative descriptive, while the data collection techniques using interview and documentation. Research object take place in two places, they are in Pandawa Dieng tourism aware group secretariat and department of culture and tourism Banjarnegara district, data validity in this research using triangulation.

Research result showed that promotion strategy used by pandawa dieng tourism aware group has been quite successful from the data that research get from an informant, they know about the event of Dieng Culture Festival because they get information from one of campaign media used by pandawa Dieng tourism aware group

Keywords: Promotion strategy, Cultural events, Dieng Culture Festival

