

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Umar Syarif Alhadar

Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung *Event* Jogjavaganza

Tahun Skripsi : 2018 + 118 Halaman + 17 Gambar

Daftar Pustaka : 17 buku + 6 sumber internet + 2 jural + 2 sumber lain

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tahapan – tahapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Jogjavaganza. Serta faktor pendukung dan faktor penghambat dari strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Jogjavaganza. *Event* Jogjavaganza merupakan kegiatan promosi pariwisata yang baru pertama kali dilaksanakan. Yang menarik dari *event* tersebut yaitu adanya kegiatan yang mempertemukan seluruh insan pariwisata melalui kegiatan yang ada di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode dengan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta data primer dikumpulkan dengan cara wawancara, sedangkan data sekunder di dapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku, literatur, internet, serta situs-situs yang memiliki relevansi kuat dengan objek penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Jogjavaganza berjalan efektif. Elemen komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Jogjavaganza yaitu: periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal. Penelitian ini menemukan bahwa beberapa komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sudah cukup baik jika dilihat dari meningkatnya jumlah pengunjung *event* Jogjavaganza.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, *Event*, Jogjavaganza

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Science

Public Relations Concentration

Umar Syarif Alhadar

**Marketing Communication Strategy of Yogyakarta City Tourism Office In
Increasing the Number of Visitors to Jogjavaganza Events**

Thesis Year: 2018 + 118 Page + 17 Pictures

Bibliography: 17 books + 6 internet sources + 2 journal + 2 other sources

This research was conducted to find out how the stages of marketing communication strategies carried out by the Yogyakarta City Tourism Office in increasing the number of visitors to the Jogjavaganza event. As well as supporting factors and inhibiting factors of the Yogyakarta City Tourism Office's marketing communication strategy in increasing the number of visitors to the Jogjavaganza event. The Jogjavaganza event is a tourism promotion activity that was held for the first time. What's interesting about the event is that there are activities that bring together all tourism people through the activities in it. This study uses a descriptive qualitative method. The technique of collecting data with interviews and documentation. This research was carried out at the Yogyakarta City Tourism Office. Primary data was collected by means of interviews, while secondary data was obtained through literature studies, namely books, literature, internet, and sites that had strong relevance to the object of research. The marketing communication element applied by the Yogyakarta City Tourism Office is to increase the number of visitors to the Jogjavaganza event, namely: advertising, sales promotion, direct marketing, public relations, word of mouth marketing, and personal sales. This study found that some of the marketing communications applied by the Yogyakarta City Tourism Office were quite good when viewed from the increasing number of visitors to the Jogjavaganza event.

Key words: Marketing communications, Event, Jogjavagnza