

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Thomy Rizqi Okta Kusuma (20140530077)

Dieng Culture Festival 2018 Sebagai Media Promosi Pariwisata Lokal

Tahun Skripsi : 2019 + 106 Halaman + 18 Gambar + 1 Tabel

Daftar Pustaka : 24 Buku + 3 Sumber Online + 3 Jurnal dan Penelitian

Pariwisata dapat menjadi salah satu sektor penting dalam peningkatan pendapatan di suatu daerah, hal ini karena pariwisata memberi efek pengganda yaitu efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan perekonomian suatu wilayah. Dieng merupakan salah satu daerah yang memiliki daya tarik wisata yang beragam. Banyaknya potensi wisata yang dimiliki Dieng tidak akan dikenal dan didatangi oleh para wisatawan apabila tidak ada sebuah upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan obyek wisata tersebut ke khalayak luas. Dieng Culture Festival (DCF) 2018 merupakan event pesta budaya yang bertujuan untuk memperkenalkan budaya dan pariwisata Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi kegiatan promosi budaya dan pariwisata Dieng dalam penyelenggaraan DCF 2018. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Objek dalam penelitian ini adalah Kelompok Sadar Pariwisata Dieng Pandawa yang merupakan pihak penyelenggara event DCF 2018.

Penelitian ini menemukan bahwa DCF 2018 berpotensi untuk menjadi media promosi budaya dan pariwisata Dieng dalam menciptakan city branding. Hal ini terbentuk melalui ikon pariwisata Dieng yang ditampilkan dalam berbagai media yang digunakan, seperti dekorasi, poster, dan desain panggung saat event berlangsung. Kemudian ikon tersebut juga tersebar dalam publisitas event yang dimuat pada media online dan offline.

Kata Kunci: Promosi Pariwisata, Event, City Branding, Dieng Culture Festival 2018

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Politic Science

Department of Communication Science

Concentration of Advertising

Thomy Rizqi Okta Kusuma (20140530077)

Dieng Culture Festival 2018 as a Local Tourism Promotion Media

Year : 2019 + 106 Pages + 18 Images + 1 Table

References : 27 Books + 3 Online Sources + 3 Journal and Thesis

Tourism can be one of the important sectors in increasing national income as well as in an destination, this is because of the multiplier effect. Multiplier effect is the economic effects caused by tourism economic activities against the economy of a region. Dieng is one of the destination that has a variety of tourist attractions. The large number of potential owned by Dieng will not be recognized and accosted by the tourists when there is not an attempt to introduce and promote tourism to a broad audience. Dieng Culture Festival (DCF) 2018 is the culture event aims to introduce the culture and tourism of Dieng.

This research aims to find out how the implementation of promotional activities and cultural tourism of Dieng in 2018 DCF. Research methods used in this research is descriptive qualitative, whereas data collection techniques implemented by way of interviews and documentation. Retrieval of informants in the interview done by using purposive sampling technique. While the data in the form of documentation obtained through the event committee. The object in this research is the Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa which is the DCF 2018 event organizers.

The research found that DCF 2018 potentially to become media promotion of culture and tourism of Dieng in building the city branding. It is formed through Dieng tourism icon that is displayed in a variety of media used, such as decorations, posters, and stage design where the event takes place. Then, the tourism icon were also scattered through the event publicity in online and offline media.

Keyword: Torism Promotion, Event, City Branding, Dieng Culture Festival 2018