

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Rizki Primasakti (20130530307)**

**Strategi Promosi PD. Owabong Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2017**

**Tahun Skripsi: 2019 + 109 Halaman + Lampiran**

**Daftar Pustaka: 22 Buku + 10 Jurnal**

Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) adalah obyek wisata wahana air yang terletak di desa Bojongsari Kabupaten Purbalingga. Obyek Wisata Air Bojongsari merupakan salah satu destinasi tujuan wisata yang terbesar dan menjadi pionir obyek wisata air di Jawa tengah. Dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 Obyek Wisata Air Bojongsari mengalami peningkatan jumlah pengunjung, peningkatan yang paling signifikan yaitu di tahun 2017. Hal tersebut tidak terlepas dari upaya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola, yaitu PD. Owabong.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa wawancara dan studi dokumentasi. Sumber data dengan melakukan wawancara dengan tiga informan dan mengumpulkan arsip, foto, brosur, dan literatur yang berhubungan dengan kegiatan promosi Obyek Wisata Air Bojongsari.

Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi Obyek Wisata Air Bojongsari menggunakan tiga tahapan strategi promosi yaitu yang pertama adalah perencanaan promosi, yang kedua pelaksanaan promosi, dan yang terakhir adalah evaluasi strategi promosi. Selanjutnya pihak Owabong menggunakan beberapa bauran promosi yaitu, periklanan (advertising) dengan brosur, baliho, billboard, lalu menggunakan public relations berupa kegiatan event dan publikasi, dan media internet seperti website, dan media sosial berupa facebook dan instagram.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Obyek Wisata, Owabong**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Department of Communication Studies**

**Advertising Concentration**

**Rizki Primasakti (20130530307)**

**PD. Owabong promotion strategy to increase visitor number in 2017**

**Conducted in 2019 + 109 pages + Attachment**

**Bibliography 22 Book + 10 Journals**

Bojongsari Waterpark (Owabong) is a waterpark located in the village Bojongsari Purbalingga regency. Bojongsari Waterpark is one of the biggest tourist destination and a pioneer of waterpark in Central java. From 2013 until the year 2017, Bojongsari Waterpark experienced an increasing number of visitors, the most significant increase was in the year 2017. It is not separated from the efforts of the promotion strategy conducted by the manager, namely PD. Owabong.

The type of research used is a qualitative descriptive with data collection in the form of interviews and documentation studies. Data sources by conducting interviews with three informant and collecting archives, photographs, brochures, and literature related to the promotion activities of Bojongsari Water park.

The results of the study showed the promotion strategy of Bojongsari waterpark using three stages of promotion strategy, namely the first is the promotion planning, the second implementation of the promotion, and the last is evaluation of the promotion strategy. Furthermore, the Owabong use several promotional mix that is, advertising (advertising) with brochures and billboards, then use public relations in the form of event and publication activities, and Internet media such as websites, and social media Facebook and Instagram.

**Keyword: Promotion Strategy, Tour Destinations, Owabong**

