

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising  
Rendra Kurnianto

20050530185

Strategi Promosi Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta Dalam Menarik Minat Pengunjung PASTHY

Tahun Skripsi : 2012 + 101 halaman + 10 lampiran

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta dalam menarik minat pengunjung PASTHY. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar dalam upaya untuk menarik minat pengunjung dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi promosi Dinas Pengelolaan Pasar dalam upaya untuk menarik minat pengunjung. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Langkah-langkah pencarian data dilakukan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, kemudian dilanjutkan dengan mereduksi data, selanjutnya penyajian data dan analisis data, dan diakhiri dengan kesimpulan serta saran. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa aktifitas promosi yang dilakukan Dinas Pengelolaan Yogyakarta dalam upaya menarik minat pengunjung sudah terlaksana dengan baik. Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta melakukan langkah-langkah dengan melakukan proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Alat-alat promosi yang digunakan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Yogyakarta adalah periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Pesan yang disampaikan berupa informasi tentang keberadaan PASTHY dan kondisi yang ada didalamnya. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan rekomendasi dalam penelitian ini adalah perlu adanya sumber daya manusia atau tenaga ahli yang khusus menangani bidang promosi agar pencapaian lebih maksimal dan frekuensi penayangan iklan lebih diperbanyak.

**Kata Kunci :** Strategi, Promosi, PASTHY