

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Ikhwani Ahsan (20050530190)

Strategi Promosi Simply Homy Yogyakarta (Home Stay) dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung tahun 2013

Tahun: 2014+ 97 halaman+ 9 lampiran

Daftar Pustaka: 15 buku+ 3 sumber internet

Diketahui Jumlah pengunjung Simply Homy Yogyakarta belum memenuhi target dan jumlah pengunjung semakin berkurang ditahun-tahun berikutnya, dengan demikian pihak management Simply Homy Yogyakarta terus berupaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan membenahi sarana dan fasilitas demi memuaskan pelanggan dan tentunya meningkatkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan dan juga menambah kegiatan promosi lainnya guna menarik minat pengunjung lebih banyak lagi, Untuk itu penulis tertarik meneliti strategi promosi yang digunakan dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung dengan menggunakan kerangka teori strategi komunikasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Lokasi penelitian yang beralamat di jalan Palagan Tentara Pelajar no.21D, Sleman, Yogyakarta. Informan yang diambil yaitu Andi Rahmanto (*general manager* dan *marketing* Simply Homy Yogyakarta), Indra Sushanto (Presiden direktur Simply Homy Yogyakarta), dan pelanggan Simply Homy Yogyakarta. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan proses reduksi data hasil wawancara, penyajian data dan analisis data, kesimpulan dan saran. Dan uji validitas data yang digunakan adalah teknik triangulasi. Dengan demikian penulis melakukan penelitian mengenai strategi promosi Simply Homy Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2013. Dari hasil penelitian dapat diketahui strategi yang digunakan melalui perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Bauran promosi yang digunakan yaitu *advertising, sales support, public relations*, dan *personal selling*.