

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Laila Putri Wijayanti Romadhoni (20130530277)

Strategi Promosi Kampung Wisata Inggris Kebumen dalam meningkatkan minat Pengunjung tahun 2016

**Tahun Skripsi: 2017 + 116 halaman + 15 halaman
lampiran + 4 table + 18 gambar + 1 bagan**

Daftar Pustaka : 15 Buku + 3 Sumber Online + 1 Jurnal

Penelitian ini menganalisis Strategi Promosi Kampung Wisata Inggris Kebumen dalam menarik minat pengunjung tahun 2016 dan mendeskripsikan strategi promosi yang digunakan dalam menarik minat Pengunjung.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan menggambarkan dan menginterpretasi segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada obyek penelitian. Obyek Penelitian dalam Penelitian ini adalah Kampung Wisata Inggris Kebumen yang beralamat di Desa Adiluhur kecamatan Karanganyar Kabupaten Kebumen.

Hasil dari Penelitian memperlihatkan bahwa Strategi Promosi Kampung Wisata Inggris Kebumen dalam menarik minat Pengunjung Tahun 2016 adalah dengan melakukan Perencanaan analisis SWOT, Implementasi dan Evaluasi Promosi. Strategi yang dipilih oleh Kampung Wisata Inggris Kebumen diantaranya adalah advertising, sales promotions, personal selling, direct marketing, public relations dan publisitas. Kegiatan Promosi yang dilakukan sudah cukup efektif dilihat dari kenaikan jumlah Pengunjung setiap tahunnya. Faktor Pendukung strategi promosi Kampung Wisata Inggris Kebumen yaitu adanya respon positif dari masyarakat dan warga sekitar KWIK. Adanya kerjasama dengan dinas pemerintah daerah, Kerjasama dengan sekolah-sekolah. Sedangkan untuk faktor penghambatnya adalah belum adanya Tim Promosi dan dari segi anggaran.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Minat beli

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Studies Program

Concentration Public Relations

Lailla Putri Wijayanti Romadhoni (20130530277)

Promotion Strategy of British Tourism Village Kebumen in increasing the interest of Visitors in 2016

YearScription: 2017 + 116 pages + 15 page attachments + 4table + 18pics + 1bagan

References: 15 Books + 3 Online Sources + 1Journal

This research analyzes Promotion Strategy of English Tourism Village Kebumen in attracting visitors in 2016 and describes the promotional strategy used in attracting visitors.

The research method used in this research is descriptive qualitative method because this research will describe and interpret all things related to the problem studied on the object of research. Research Object in this Research is English Tourism Village Kebumen having address at Adiluhur Village Karanganyar Sub-district Kebumen Regency.

The result of the research shows that the promotion strategy of English Tourism Village Kebumen in attracting the Visitors Year 2016 is to do the planning of SWOT analysis, Implementation and Evaluation of Promotion. The strategies chosen by English Tourism Village Kebumen include advertising, sales promotions, personal selling, direct marketing, public relations and publicity. Promotion activities conducted are quite effective seen from the increase in the number of Visitors every year. Factors Supporting the promotion strategy of British Tourism Village Kebumen is a positive response from the community and the people around KWIK.adanya cooperation with local government agencies, Cooperation with schools. As for the inhibiting factors is the absence of the Promotion Team and in terms of budget.

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Buying Interest