

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Dwiga Satriawan

Strategi Promosi *Jogja Chinese Art and Culture Centre (JCACC)* Pada *Event Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2017* untuk Menarik Kunjungan Wisatawan Nusantara

Tahun Skripsi: 2017 + 97 Halaman + 18 Gambar + 3 Tabel

Daftar Pustaka: 13 buku + 3 internet

Yogyakarta sebagai daerah wisata populer di Indonesia menawarkan banyak jenis wisata. Wisata budaya, wisata kuliner, wisata alam, sampai *event-event* berskala nasional yang mampu menarik wisatawan dari seluruh nusantara. Salah satu *event* berskala nasional dan terbesar di Yogyakarta adalah Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta (PBTY) yang diselenggarakan oleh *Jogja Chinese Art and Culture Centre (JCACC)*. *Event* kebudayaan yang digelar di kawasan Malioboro ini mampu menarik perhatian ribuan pengunjung setiap tahunnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan pelaksanaan *event* PBTY 2017.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Jogja Chinese Art and Culture Centre (JCACC)* sebagai pihak penyelenggara berhasil menarik kunjungan wisatawan nusantara karena pada *event* PBTY 2017 menerapkan strategi promosi yang baik. Strategi promosi dilakukan JCACC untuk menarik kunjungan wisatawan nusantara adalah dengan membuat pesan kebhinekaan Indonesia yaitu “Pelangi Budaya Nusantara”, menampilkan budaya lokal dari berbagai daerah di Indonesia, menghadirkan kuliner khas nusantara, dan menggelar pawai budaya tionghoa disepanjang jalan kawasan Malioboro.

Kata Kunci: Strategi Promosi, JCACC, Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2017

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Science

Concentration Public Relations

Promotion Strategy of Jogja Chinese Art and Culture Centre (JCACC) on the Chinese Cultural Week Event Yogyakarta 2017 to Attract Local Tourist Visit

Thesis Year: 2017 + 97 Pages + 18 Pictures + 3 Tables

Bibliography : 13 Books + 3 Internet

As popular tourist areas in Indonesia, Yogyakarta offers many types of tours. Cultural tourism, culinary tourism, nature tourism, to national scale events which are able to attract tourist from all over the country. One of the biggest national and large scale event in Yogyakarta is Yogyakarta Chinese Culture Week (PBTY) organized by the Yogyakarta Chinese Art and Culture Centre (JCACC). Cultural event on the title in the Malioboro area is capable of attracting the attention of thousands of visitors each year.

Research methods used in this research is descriptive and qualitative analysis. The source of the data in these studies obtained through interviews with informants, as well as relevant documents related to the execution of the event PBTY 2017.

The research results showed that Yogyakarta Chinese Art and Cultural Centre (JCACC) as the organisers managed to attract tourist visit the archipelago due in 2017 PBTY event implemented a good promotion strategy. Promotion strategies undertaken to attract JCACC local tourists visit is to create a message promoting diversity Indonesia namely “Pelangi Budaya Nusantara”, featuring local culture from various regions in Yogyakarta, presenting cuisine the archipelago, staged marches and Chinese culture along the Malioboro street.

Keywords: Promotion Strategy, JCACC, Chinese Culture Week Yogyakarta 2017