

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**DWI ANGGORO DESKIANTO**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *EVENT* WR. SOEPRATMAN  
FESTIVAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN  
WISATAWAN KE DESA WISATA SOMONGARI**

**TAHUN SKRIPSI 2017+ 119 HAL+ 10 HALAMAN LAMPIRAN**

**DAFTAR KEPUSTAKAAN : 27 BUKU + 3 JURNAL + 6 WEBSITE**

Saat ini dunia kepariwisataan di Indonesia mulai berkembang dengan pesat. Salah satunya dengan munculnya desa wisata menjadi konsep baru dalam dunia kepariwisataan. Metode yang dilakukan pengelola desa wisata untuk mempromosikan desa wisatanya pun sangat beragam. Desa Somongari merupakan desa wisata dengan salah satu potensi wisata yaitu *memorial house* tempat kelahiran pencipta lagu kebangsaan Indonesia Raya. Persaingan antara desa wisata tidak luput dengan adanya strategi komunikasi pemasaran dimana strategi tersebut merupakan langkah awal dalam menjaring dan menarik konsumen untuk dapat menarik wisatawan. Desa Wisata Somongari melakukan promosi dengan mengadakan *event* WR. Soepratman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh panitia *Event* WR. Soepratman Festival dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Somongari serta faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada *Event* WR. Soepratman Festival. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengamati dan menganalisa fenomena komunikasi pemasaran yang terjadi pada pelaksanaan *Event* WR. Soepratman Festival. Hasil ini menunjukkan bahwa Panitia *Event* WR. Soepratman Festival melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan cukup baik. Bauran komunikasi yang digunakan oleh *Event* WR. Soepratman Festival dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran adalah meliputi penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, mulut kemulut, acara dan pengalaman.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi ,Event WR. Soepratman Festival, Desa Wisata**

## **ABSTRACT**

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

**COMMUNICATION SCIENCES DEPARTMENT**

**PUBLIC RELATION CONSULTATION**

**DWI ANGGORO DESKIANTO**

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF WR. SOEPRATMAN  
FESTIVAL IN IMPROVING THE AMOUNT OF TOURISTS TRAVEL TO  
SOMONGARI TOURIST VILLAGE**

**YEAR 2017 + 119 PAGES + 10 APPENDICES PAGES**

**LIST OF LIBRARY: 27 BOOKS + 3 JOURNALS + 6 WEBSITES**

Nowadays, Indonesian world tourism is growing rapidly. As the proof is the emergence of tourism villages which become the newest concept in world tourism of Indonesia. The methods used to manage each tourist villages are different. The managers have their own unique methods to promote their tourist villages. For the example is Somongari Tourist Village. Somongari village is one of tourist villages in Purworejo. It has tourism potential which is *memorial house* of Indonesian songwriter anthem, he is W.R. Soepratman. The competition between tourist villages cannot be separated from the marketing communication strategy where the strategy is the first step in attracting customers. Somongari tourist village promotes their village y holding an event called W.R. Soepratman Festival. Therefore, by this phenomenon, the researcher conduct a research that aimed to find out how the committee of W.R. Soepratman Festival undertaken the marketing communication strategy in increasing the number of tourists visits in Somongari Tourist Village as well as supporting and inhibiting factors in the implementation of marketing communication strategy at the W.R. Soepratman Festival. The method used in this research is qualitative descriptive method by observing and analyzing the marketing communication phenomenon that occurs in the implementation of W.R. Soepratman Festival. The result of this research shows that the committee of W.R. Soepratman Festival perform good marketing communication strategy. The communication used by the W.R. Soepratman Festival in the implementation of marketing communication strategy are covering individual sales, sales promotion, public relations and publicity, direct marketing, word of mouth, event and experience.

Key words : Communication Strategy, Event, WR. Soepratman Festival, Somongari Torism Village