

## ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

S U L A S T R I

NIM . 20100530074

**STRATEGI PROMOSI DESA WISATA KREBET KABUPATEN BANTUL DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG TAHUN 2012-2013**

**Tahun Skripsi : 2018. xi + 100 hal + 5 lampiran**

**Daftar Kepustakaan: 19 buku ( 1986-2009) + 5 jurnal + 3 sumber online**

Desa Wisata Krebet adalah desa wisata yang dapat dikatakan sebagai desa wisata yang telah mandiri dari segi pengelolaannya. Seiring perkembangan waktu, kreativitas warga Krebet pun ikut berkembang. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai perusahaan pengrajin seni batik kayu dan hasil kerajinan yang semakin beragam. Peningkatan realisasi jumlah pengunjung dan jumlah belanja kerajinan dari yang ditargetkan atau dapat dikatakan terjadi peningkatan jumlah pengunjung desa wisata Krebet yang cukup signifikan dari 2010-2013.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Informan penelitian adalah Yulianto, selaku Ketua dari Krebet Information Centre (KIC) sekaligus menjabat sebagai wakil ketua Pokdarwis Krebet Binangun beserta anggotanya. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah tehnik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data adalah wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil penelitian tentang strategi promosi Desa Wisata Krebet Kabupaten Bantul Dalam Menarik Minat Pengunjung Tahun 2012-2014 adalah: Tahap strategi promosi yang dilakukan Desa Wisata Krebet yaitu mengidentifikasi target dan audiens sasaran, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi, mengukur hasil promosi dan mengelola dan mengkoordinasikan seluruh proses komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Strategi promosi yang dilakukan oleh desa wisata Krebet tidak hanya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik saja, akan tetapi juga ingin mengubah *brand image* tentang desa wisata agar menjadi lebih dikenal sebagai tempat yang cocok untuk wisata atau berlibur dan nilai edukasi dalam membuat batik kayu. Hal tersebut dapat dilihat dari pemilihan program promosi untuk mengubah perilaku wisatawan dengan menggunakan program promosi *advertising* (facebook, email, website dan brosur), *personal selling*, *public relations* dan *word of mouth* (promosi mulut ke mulut). Kelebihan penerapan strategi promosi Desa Wisata Krebet adalah *blow up* atau publikasi dari media yang sangat membantu di samping program-program yang telah ditetapkan. Setelah media mempublikasi, pembicaraan dari satu wisatawan kepada yang lain juga sangat membantu tercapainya hal-hal yang ingin diraih oleh Desa Wisata Krebet. Kekurangan penerapan strategi promosi adalah minimnya dana dan terbatasnya sumber daya manusia khususnya dalam implementasi promosi melalui media website sehingga pesan yang disampaikan tidak sampai ke wisatawan sehingga dapat menghambat kelancaran penerapan strategi promosi di Desa Wisata Krebet. Selain itu, evaluasi penerapan strategi promosi tidak dijalankan dengan baik dan menyebabkan kurang adanya perbaikan dalam penerapan selanjutnya.

Kata Kunci: Strategi Promosi, wisatawan, minat pengunjung