

## ABSTRAK

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Muhammad Subchi Abrori (20120530271)**

**Strategi Promosi Shuttle Wisata Si Thole Dalam Menarik Wisatawan Tahun 2016**

**Tahun Skripsi : 2018 + 136 Halaman**

**Daftar Pustaka : 23 Buku + 1 dokumen + 2 jurnal + 3 internet + 4 wawancara**

Penelitian ini memiliki fokus pada strategi promosi *shuttle* wisata *si thole* dalam menarik minat wisatawan 2016. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tahapan dan media promosi *Si Thole* 2016. Dengan maksud dapat memberikan pembelajaran yang baik bagi jasa wisata lainnya. Selanjutnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan “Bagaimana Strategi Promosi *Shuttle* Wisata *Si Thole* Dalam Menarik Minat Wisatawan Tahun 2016?.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di ketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh *Shuttle* Wisata *Si Thole* dalam menarik minat wisatawan sudah berjalan sesuai yang telah direncanakan. Program promosi berjalan melalui tahapan perumusan visi dan misi, analisis swot, penetapan sasaran, penetapan strategi, dan penyusunan implementasi strategi. Tahap pelaksanaan promosi melakukan berbagai macam promosi seperti promosi *brochure*, *direct marketing*, *telemarketing*, *sales*, *travel dialog*, promo harga, paket harga. Sedangkan pada tahap evaluasi dengan melakukan kegiatan pada akhir bulan dan akhir tahun, pada saat akhir bulan melakukan evaluasi kinerja kegiatan promosi, sedangkan saat rapat akhir tahun tersebut dievaluasi secara menyeluruh baik kekurangan dan kelebihan program promosi tersebut.

Kesimpulan dari penelitian yaitu pelaksanaan program promosi *shuttle* wisata *shuttle* wisata *si thole* dalam menarik minat wisatawan 2016 tidak berjalan dengan baik. Peneliti menemukan bahwa promosi yang sering digunakan adalah *personal selling* dan *public relation*. Kurangnya kinerja profesional dan koordinasi antar internal maupun eksternal mengakibatkan tidak berjalannya pelaksanaan promosi. Adapun catatan yang harus dibenahi pada pelaksanaan promosi *shuttle* wisata *si thole* untuk tahun berikutnya seperti, materi promosi yang dilengkapi dan lebih menarik, kinerja yang profesional, dan belum adanya iklan melalui media massa nasional baik cetak maupun elektronik.

**Kata Kunci** : Strategi Promosi Pariwisata, *Personal Selling*, *Public Relation*, *Shuttle* Wisata *Si Thole*.