

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Konsentrasi Advertising

R. Adi Kuncoro Mukti

Aktivitas Promosi desa Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

Tahun 2018 + 85 Halaman

15 Buku + 3 Jurnal + 2 Website

Promosi menjadi salah satu alat penting bagi sebuah perusahaan ataupun instansi, baik dalam skala besar ataupun kecil untuk tetap dapat menjalankan perusahaan atau usaha. Desa wisata Grogol merupakan sebuah desa wisata yang ada di Kabupaten Sleman Yogyakarta yang pada awal terbentuknya belum banyak dikenal oleh masyarakat, namun dengan aktivitas promosi yang mereka lakukan Grogol perlahan mulai dikenal dan menjadi tujuan wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan langkah-langkah aktivitas promosi yang dilakukan oleh desa wisata Grogol dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan periode 2015-2016. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari wawancara dan dokumen atau arsip dari desa wisata Grogol dengan informan penelitian yaitu Ketua Lapangan, Bendahara, dan Wakil Ketua desa wisata Grogol.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* dan publisitas di media koran cukup efektif di desa wisata Grogol, hal tersebut dikarenakan upaya dari para pengelola untuk selalu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pengunjung, selain itu tingkat kepercayaan dalam *word of mouth* lebih tinggi karena informasi berasal dari pengalaman pribadi dan terjadinya interaksi dua arah antara informan dan *audience* sehingga informasi akan lebih jelas dan mudah dipahami. Selain itu publisitas media koran akan membuat calon *customer* mendapatkan informasi secara detail tentang profil maupun layanan desa wisata Grogol beserta gambaran awal dari visual foto yang dimuat di berita koran tersebut.

Kata Kunci : aktivitas promosi, *word of mouth*, publisitas

ABSTRACT

University Muhammadiyah of Yogyakarta

Faculty of Political and Social Science

Advertising Concentration

R. Adi Kuncoro Mukti

Promotion Activity of Desa Wisata Grogol To Increase The Number of Visitor

Year 2018 + 85 Pages

15 Books + 3 Journal + 2 Website

Promotion becomes one of the important tools for a company or agency, both on a large or small scale, to still be able to run a company or business. Desa wisata Grogol is a tourist village in Sleman Yogyakarta, which at the beginning of its formation was not widely known by the community, but with promotional activities they did Grogol slowly became known and became a tourist destination.

The aims of this study to describe the steps of promotional activities carried out by the desa wisata Grogol in increasing the number of tourist visits for the 2015-2016 period. This study used descriptive qualitative method. The data obtained came from interviews and documents or archives from the desa wisata Grogol with research informants namely the Chairperson, Treasurer, and Deputy Chair of Grogol tourism village.

The results of this study indicate that word of mouth and publicity in the newspaper media are quite effective in the desa wisata Grogol, this is due to the efforts of the managers to always provide good service to every visitor, besides the level of trust in word of mouth is higher because of information comes from personalexperience and the occurrence of two-way interaction between informants and audiences so that information will be clearer and easier to understand. In addition, newspaper media publicity will make prospective customers get detailed information about the profile and services of desa wisata Grogol along with an initial description of the visual photos contained in the newspaper..

Keyword : promotion activity, word of mouth, publicity