

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Public Relations***

**Anis Sofia Widiawati (20140530271)**

**Strategi Promosi Dinas Pariwisata Sleman Dan Pokdarwis Objek**

**Wisata Lava Bantal Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Bantal**

**Tahun 2017**

**Tahun Skripsi : 2018 + 90 Halaman + 28 Gambar + 2 Tabel + 1 Bagan**

**Daftar Pustaka: 16 Buku (1999-2017) + 2 Jurnal + 6 Internet**

Penelitian ini menganalisis mengenai strategi promosi Dinas Pariwisata Sleman dalam meningkatkan minat pengunjung objek wisata baru Lava Bantal 2017. Wisata Lava Bantal merupakan wisata baru yang berada di Berbah kabupaten Sleman, dimana memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan dan diperkenalkan kepada masyarakat luas, khususnya pada wisata edukasinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis sejauhmana strategi promosi Dinas Pariwisata Sleman dalam mempromosikan wisata Lava Bantal tahun 2017 dengan meninjau pada beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui metode wawancara dengan pihak yang terlibat serta beberapa sumber dokumen yang diuji validitasnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Sleman tahun 2017 yaitu menggunakan program promosi media konvensional dan media sosial. Kelebihan dari penerapan strategi promosi wisata Lava Bantal adalah publikasi dari media yang sangat membantu di samping program-program yang telah ditetapkan. Setelah melakukan publikasi melalui media mulut kemulut dari satu wisatawan kepada wisata lain juga dapat membantu tercapainya tujuan yang ingin dicapai oleh wisata Lava Bantal. Kekurangan penerapan strategi promosi adalah blom adanya struktur organisasi dan kurangnya komunikasi antar pengelola wisata Lava Bantal dengan Dinas Pariwisata sehingga dapat menghambat kelancaran penerapan strategi promosi diwisata Lava Bantal. Selain itu, evaluasi penerapan strategi promosi tidak dijalankan dengan baik dan menyebabkan kurangnya perbaikan dalam penerapan selanjutnya.

***Kata Kunci : Strategi Promosi , Minat Pengunjung, Wisata Baru ,Objek Wisata***

## ABSTRACT

*University of Muhammadiyah Yogyakarta*

*Faculty of Social and Political Science*

*Department of Communication Science*

*Public Relations Concentration*

**Anis Sofia Widiawati (20140530271)**

**Sleman Tourism Office Promotion Strategy in Increasing the Interest of visitors to the new Lava Bantal Tourist attraction in 2017.**

**Year : 2018 + 90 Pages + 28 Figures + 2 Tables + 1 Charts**

**References: 16 Books (1999-2017) + 2 Journals + 6 Internet**

*This study analyzes the promotion strategy of the Sleman Tourism Office in increasing visitors' interest in the new Lava Pillows 2017 tourist attraction. Lava Pillow tourism is a new tour located in Berbah, Sleman, where it has tourism potential that can be developed and introduced to the wider community, especially in educational tourism. This study aims to describe and analyze the extent of the Sleman Tourism Office's promotion strategy in promoting Lava Pillow tourism in 2017 by reviewing several supporting and inhibiting factors in its implementation. This study uses a descriptive qualitative method, with data collection techniques through interview methods with the parties involved and several sources of documents that are tested for validity. The results of this study indicate that the promotional activities carried out by the Sleman Tourism Office in 2017 are using conventional media promotion programs and social media. The advantages of implementing the Lava Pillow tourism promotion strategy are publications from the media that are very helpful in addition to the programs that have been set. After publishing through the mouth of the mouth media from one tourist to another tour can also help achieve the goals to be achieved by Lava Pillow tourism. The lack of implementation of the promotion strategy is the blom of the organizational structure and the lack of communication between Lava Pillow tourism managers and the Tourism Office so that it can hamper the smooth implementation of tourism promotion strategies for Lava Pillow. In addition, the evaluation of the implementation of the promotion strategy is not well implemented and causes a lack of improvement in subsequent implementation.*

**Keywords: promotion strategy , visitor interest, new tour,tourist attractio**

