

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Nadia Choirunisa

Strategi Promosi Pasar Kebon Watu Gede Magelang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2018-2019

Tahun Skripsi 2019 + 110 halaman + 17 gambar+ 2 tabel + 2 bagan

Daftar Pustaka 20 buku + 10 jurnal *online* + 7 sumber *online*

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi promosi pasar kebon watu gede magelang dalam meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2018-2019 dan mengetahui tanggapan konsumen terhadap strategi promosi yang dilakukan Pasar Kebon Watu Gede Magelang. Pada penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Data yang digunakan peneliti di dapatkan dari dokumentasi dan wawancara mendalam dengan team pengelola Pasar Kebon Watu Gede Magelang. Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini berdasarkan pada asas subyek yang menguasai permasalahan, memiliki data dan bersedia memberikan informasi yang lengkap dan akurat. Informan yang di dapatkan dengan teknik purposif sampling. Dengan mengembangkan komunikasi yang efektif maka diperlukan suatu program delapan langkah.

Hasil dari penelitian ini adalah Pasar Kebon Watu Gede tidak melaksanakan semua langkah untuk mengembangkan komunikasi yang efektif dan strategi promosi yang dilakukan juga belum maksimal karena hanya mengandalkan sosial media saja tanpa adanya evaluasi untuk strategi promosinya menyebabkan Pasar Kebon Watu Gede tidak akan tahu apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan dari strategi promosinya dan apakah yang direncanakan telah berjalan sesuai yang diharapkan atau tidak.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Pariwisata, Pasar Kebon Watu Gede

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Politic Science

Departement of Communication

Concentration of Advertising

Nadia Choirunisa

Promotion Strategy Of Kebon Watu Gede Magelang in Increasing The Number Of Visitors in 2018-2019

Period Thesis 2019 + 110pages + 17images + 2 tabels + 2chart

Refrences 20 books + 10 online journals+ 7 online source

This study aims to describe how the promotion strategy of Kebon Watu Gede Magelang in increasing the number of visitors in 2018-2019 and determine consumer responses to the promotion strategy carried out by Kebon Watu Gede Magelang Market. The data used by researchers were obtained from documentation and in-depth interviews with the management team of Kebon Watu Gede Market in Magelang. The selection of informants as sources of data in this study is based on the principle of subjects who master the problem, have data and are willing to provide complete and accurate information. Informants obtained by purposive sampling technique. By developing effective communication a free step program is needed.

The results of this study are the Kebon Watu Gede Market does not carry out all the steps to develop effective communication and promotion strategies that have been carried out are also not optimal because it only relies on social media without an evaluation for its promotion strategy causing the Kebon Watu Gede Market will not know what are the advantages and the shortcomings of the promotion strategy and whether the plan is working as expected or not.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism, Kebon Watu Gede Market