

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Ridha Tri Haryatun**

**20150530129**

**Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Wisatawan Melalui *Event* Tour De Prambanan Tahun 2018**

**Tahun Skripsi : 2019 + 137 halaman + 15 halaman lampiran + 6 tabel + 21 gambar + 1 bagan**

**Daftar Pustaka : 27 buku + 5 website + 11 jurnal**

Sektor pariwisata sangat mendukung terhadap pendapatan suatu daerah. Hal inilah yang menjadikan setiap daerah berlomba-lomba dalam memajukan potensi pariwisatanya. Terlebih Kabupaten Sleman telah dinobatkan sebagai daerah wisata seribu candi. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata Sleman membutuhkan strategi yang tepat dalam mempromosikan destinasi wisatanya. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi promosi wisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melalui sebuah *event sport tourism*, yaitu Tour de Prambanan 2018. Dengan diadakannya suatu kegiatan tersebut, diharapkan mampu mendongkrak jumlah wisatawan di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu melalui wawancara dan dokumentasi. Informan yang digunakan dalam penelitian sebanyak 2 orang yaitu pihak pelaksana *event* dan penanggung jawab *event*.

Hasil penelitian ini secara garis besar adalah (1) Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan *event* sebagai strategi promosi destinasi wisata yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan, yaitu melalui *event sport tourism* Tour de Prambanan 2018, dimana *event* ini menggabungkan wisata dengan olahraga; (2) Media yang digunakan dalam mempublikasikan *event* tersebut meliputi iklan (cetak, elektronik, online), publisitas, hubungan masyarakat, penjualan langsung, dan jumpa pers, (3) *event* Tour de Prambanan membawa pengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan serta semakin terkenalnya obyek wisata yang menjadi lokasi *event* terutama pada obyek wisata di 12 kecamatan yang menjadi rute kompetisi Tour de Prambanan 2018.

**Kata Kunci :** Strategi Promosi, Event Tour de Prambanan 2018, Bauran Promosi, Pariwisata.

## ABSTRACT

*Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social and Political Sciences  
Department of Communication Studies  
Advertising concentration  
Ridha Tri Haryatun  
20150530129*

*Sleman Regency Tourism Office Promotion Strategy in an Effort to Increase the Number of Tourists Through the De Prambanan Tour Event in 2018*

*Thesis Year: 2019 + 137 pages + 15 page attachments + 6 tables + 21 images + 1 Chart*

*Bibliography: 27 books + 5 websites + 11 journals*

*The tourism sector is very supportive of the income of a region. This is what makes each region vying to advance its tourism potential. Moreover Sleman Regency has been named as a tourist area of one thousand temples. Therefore, the Sleman Tourism Service needs the right strategy in promoting its tourism destinations. The purpose of this study is to describe tourism promotion strategies carried out by the Sleman Regency Tourism Office through an event of sport tourism, namely the Tour de Prambanan 2018. With the holding of an activity, it is expected to boost the number of tourists in Sleman Regency. This study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data collection techniques are through interviews and documentation. The informants used in the study were 2 people, namely the party implementing the event and the person in charge of the event.*

*The results of this study in general are (1) Sleman Regency Tourism Office uses the event as a promotion strategy for tourist destinations that aims to increase the number of tourists, namely through the Tour de Prambanan 2018 sport tourism event, where the event combines tourism with sports; (2) The media used in publishing the event includes advertisements (print, electronic, online), publicity, public relations, direct sales, and press conferences, (3) the Tour de Prambanan event has an influence on the increase in the number of tourist visits and the popularity of objects tourism is the location of the event, especially on tourism objects in 12 sub-districts which are the 2018 Tour de Prambanan competition route.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Event Tour de Prambanan 2018, Promotion Mix, Tourism.*