

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING

Aditya Tri Atmaji
20040530248

**STRATEGI PROMOSI JOGJA ADVENTURE CAMP MENGGUNAKAN
INTERNET**

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Promosi Jogja Adventure Camp Dalam
Menjual Jasa Layanan Wisatanya)

Tahun Skripsi : 2012 + 93 halaman + Lampiran

Daftar Pustaka : 15 buku + Website

Studi ini berusaha untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh *Jogja Adventure Camp*, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan wisata yang berkantor di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Jogja Adventure Camp menggunakan internet serta mengetahui faktor penghambat dan pendukungnya, mengingat bahwa saat ini pengguna internet di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Promosi menggunakan teknologi internet menawarkan banyak kemudahan seperti, efisiensi waktu karena internet dapat diakses selama dua puluh empat jam nonstop, internet bisa bersifat personal sehingga promosi tersebut bisa dilakukan oleh perseorangan dengan menggunakan email, sosial media ataupun melalui website, sehingga biaya promosi menjadi sangat murah. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi dalam rangka pengenalan (*awareness*) kepada masyarakat tentang segala aktivitas yang dilakukan oleh *Jogja Adventure Camp*. *Jogja Adventure Camp* sebagai perusahaan jasa wisata yang usianya relatif masih muda tidak melewatkan kesempatan berpromosi menggunakan teknologi internet ini disamping untuk menekan biaya promosi juga untuk mengoptimalkan jumlah klien yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan tahap tahap pengembangan promosi yang meliputi mengidentifikasi target audience, menentukan tujuan aktifitas promosi, mengembangkan perencanaan media, membuat isi pesan dan melakukan promosi.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Internet, Jogja Adventure Camp

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
THE CONCENTRATION OF ADVERTISING**

**Aditya Tri Atmaji
20040530248**

**THE PROMOTION STRATEGY OF JOGJA ADVENTURE
CAMP THROUGH THE INTERNET**

*(Descriptive Study On Strategic Promotion of Jogja Adventure Camp to Sell
Their tour services)*

Thesis year: 2012 + 93 pages + Annexes

References: 15 books + Website

This study attempts to analyze the promotion strategies undertaken by Yogyakarta Adventure Camp, a company engaged in tourism services based in Yogyakarta. The purpose of this research is to find out how promotional strategies carried out by Yogyakarta Adventure Camp using the internet as well as knowing the factors restricting and his supporters, given that the current internet users in Indonesia are having quite a development by leaps and bounds. Promotion of the use of internet technology offers many conveniences such as, time efficiency because the internet can be accessed for twenty-four hours nonstop, internet is personal for the promotions can be done by individuals using email, social media, or through the website, so the cost of the promotion being very cheap. Jogja Adventure Camp as tourism services company who was relatively young, not miss the opportunity of this promotion as well as using internet technology to suppress the cost of promotion as well as to optimize the number of clients that can be obtained by the company. This research uses qualitative diskriptif method is to describe the stages of the development phase of promotion which includes identifying a target audience, determining the purpose of promotional activities, developing media planning, making the content of the message and doing promotion.

Keywords: Strategy, Promotion, Internet, Jogja Adventure Camp