

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Putri Prananingrum

**Strategi Promosi Desa Wisata Brayut Kabupaten Sleman Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisatawan Domestik Ke Desa Wisata Brayut Pada Tahun 2007-2011**

Tahun Skripsi : 2013+133 lembar

Daftar Pustaka : 13 buku + 3 sumber lain

Dalam kegiatan kepariwisataan, promosi digunakan sebagai alat untuk memperkenalkan obyek wisata, baik dari segi potensi wisata dan produk yang dihasilkan. Kabupaten Sleman merupakan Kabupaten yang memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan dan dikenalkan kepada masyarakat luas, khususnya obyek wisata desa. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman mengupayakan kepada desa yang memiliki potensi wisata untuk dikembangkan dan dikenalkan kepada masyarakat luas sebagai bentuk usaha suatu desa. Semakin berkembangnya desa wisata sebagai bentuk usaha suatu desa, mengharuskan desa wisata Brayut untuk mempromosikan dan mengembangkan potensi unsur-unsur budaya dan kearifan lokal yang dimiliki. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi promosi desa wisata Brayut Kabupaten Sleman dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan domestik ke desa wisata Brayut pada tahun 2007-2011.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengamati dan menganalisa strategi promosi yang dilakukan oleh desa wisata Brayut Kabupaten Sleman dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan domestik ke desa wisata Brayut.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi desa wisata Brayut menggunakan tujuh langkah perencanaan promosi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik selama tahun 2011, yaitu *executive summary*, analisis situasi, penetapan tujuan, penetapan anggaran, taktik, aksi dan evaluasi. Kemudian media promosi yang digunakan untuk meningkatkan pengunjung adalah *advertising* (media internet : *facebook*, *email* dan *website*) dan media cetak (brosur), *public relations* (*event* kepariwisataan), *personal selling* (*telephone* dan *slide-slide* presentasi mandiri), dan *word of mouth*. Ke-empat alat promosi yang digunakan oleh desa wisata Brayut merupakan strategi promosi unggulan desa wisata Brayut yang saling berkaitan yang berpengaruh pada peningkatan pengunjung wisatawan domestik pada tahun 2007-2011.

Kata kunci : Strategi promosi, Perencanaan, Meningkatkan wisatawan domestik

## **ABSTRACT**

**University Muhammadiyah of Yogyakarta**

**Faculty of Political and Social Sciences**

**Department of Communication Studies**

**Putri Prananingrum**

**Strategy Promoting Brayut Tourist Village Sleman District to Increase Number of Domestic Tourist Visiting Brayut Tourist Village in 2007-2011**

**Thesis Year : 2013+133 page**

**References : 13 books + 3 other sources**

Promotion is used as a tool for introducing product and its potential as a tourist object in tourism activity. Sleman district has many tourist potential that can be developed and introduced to many people, especially the villages tourist object. Culture and tourist department of Sleman district is seeking to all the villages in Sleman district that have tourist potential to get developed and introduced to many people as a village venture. The business of development a tourist village, Brayut tourist village must promotes and develops its culture and value. This research will be used to describe the promotion strategy of Brayut tourist village to get more domestic visitors in 2007 - 2011.

This research uses qualitative describing method by observation and analyzing the promotion strategy that had been done by Brayut tourist village in Sleman district to get more domestic visitors.

The result from the observation shows that Brayut tourist village promotion strategy uses 7 planning steps to get more domestic visitors during 2011. They are executive summary, situations analysis, objectives, budgeting, tactics, action and evaluation. Promotion media that is used for increasing visitors is advertising (internet media : Facebook, Email, and website), print media (brochure), public relations (tourist event), personal selling (telephone and independent slides presentation) and word of mouth. The four promotion tools that is used by Brayut tourist village is a feature promotion tools strategy that related and affect the increasing of domestic visitors in 2007-2011.

**Keyword : Promotion strategy, Planning, Increase Number of Domestic tourist**