

ABSTRAKSI

Pariwisata merupakan salah satu aset negara atau daerah yang dapat diandalkan untuk mendapatkan pemasukan dana serta dapat membuka lapangan kerja baru. Dengan kesamaan visi & misi untuk saling bekerjasama dalam upaya mengembangkan dan meningkatkan potensi pariwisata, ke 13 Kab/Kota wilayah Jateng & DIY membentuk wadah promosi pariwisata bersama yang diberi nama JAVA PROMO.

Adapun judul dalam penelitian saya ini mengenai strategi bauran promosi Java Promo dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi pariwisata daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran promosi apa saja yang digunakan Java Promo, serta alasan memilih strategi tersebut dan faktor apa saja yang menjadi faktor pendukung maupun penghambat pelaksanaan strategi bauran promosi Java Promo ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi pemasaran menurut William J. Stanton dan teori strategi bauran promosi menurut Fandy Tjiptono. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Penelitian ini berlangsung pada bulan November 2005 sampai Februari 2006. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif kualitatif, sedangkan teknik keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi sumber.

Bab dua pada penelitian ini menguraikan tentang profil dari Java Promo. Sedangkan pada bab tiga berisi tentang hasil penelitian serta analisis data. Bab