

**STRATEGI PROMOSI WISATA CAGAR BUDAYA
KOTAGEDE PADA TAHUN 2008**
(Studi deskriptif tentang strategi promosi wisata kawasan cagar budaya
pada Yayasan Kanthil untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke
Kotagede)

*TOURISM PROMOTION STRATEGY AREA CULTURAL HERITAGE
KOTAGEDE*
(*Descriptive study on promotional strategies of cultural heritage tourism in
Kanthil Foundation to attract tourists to visit Kotagede*)

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dalam Jurusan Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :
Dian Riefiyanti
20050530073

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**

**Universitas Muhammdiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Konsentrasi Public Relations**

ABSTRAK

**Dian Riefiyanti
20050530073**

**STRATEGI PROMOSI KAWASAN WISATA CAGAR BUDAYA
KOTAGEDE 2008**

**(Studi deskriptif tentang strategi promosi kawasan wisata cagar budaya
pada Yayasan Kanthil untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke
Kotagede)**

Tahun skripsi: 2011+100 halaman+19 halaman lampiran

Daftar Kepustakaan: 14 buku+4 media online

Kotagede merupakan suatu kawasan bekas peninggalan kerajaan Mataram Islam pada abad XVI masehi dengan luas kurang lebih 3,07 km². Kotagede merupakan salah satu dari kawasan bersejarah yang menyimpan begitu banyak peristiwa dari masa lalu sampai sekarang. Hanya segelintir orang yang tahu bahwa di Kotagede mempunyai banyak potensi wisatanya, untuk itu Yayasan Kanthil yang notabene anggotanya lahir dan besar di Kotagede prihatin dan mereka ingin mempromosikan Kotagede sebagai kawasan wisata cagar budaya dan perak menjadi bagian dari Kotagede. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti strategi promosi yang digunakan Yayasan Kanthil untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kotagede pada tahun 2008.

Studi ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kasus dalam hal ini adalah strategi promosi yang di lakukan oleh Yayasan Kanthil yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kotagede dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dan juga wawancara. Untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kotagede Yayasan Kanthil memilih menggunakan strategi promosi dengan memanfaatkan empat bauran promosi yaitu: periklanan, humas dan publisitas, promosi penjualan, dan *personal selling*. Namun, dari hasil promosi yang dilakukan Yayasan Kanthil pada tahun 2008 belum memperoleh hasil yang memuaskan, dari target kenaikan sebesar 4000 pengunjung hanya tercapai 1344 pengunjung, selain itu banyak strategi promosi yang tidak berlanjut. Dengan begitu strategi promosi yang mereka gunakan ternyata belum efektif dan optimal sehingga dalam upaya meningkatkan kunjungan wisata Yayasan Kanthil masih bisa meraih hasil yang di targetkan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Wisata, Cagar Budaya, Kotagede

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Public Relations Concentration**

ABSTRACT

**Dian Riefiyanti
20050530073**

**TOURISM PROMOTION STRATEGY AREA CULTURAL HERITAGE
KOTAGEDE**

**(Descriptive study on promotional strategies of cultural heritage tourism in
Kanthil Foundation to attract tourists to visit Kotagede)**

Thesis Year: 2011+100 pages+19 appendix pages+4 online media

Kotagede is a former regional heritage of Islamic Mataram kingdom in the sixteenth century AD, with an area of approximately 3.07 km². Kotagede is one of the historic area which held so many events from the past to the present. But outside Kotagede is more famous as the silver city compared to the tourist area of the cultural heritage. Only a handful of people who know that in the town has many tourist potential, for it Kanthil Foundation members who incidentally was born and raised in the town are concerned and they want to promote Kotagede as a cultural heritage tourism area and silver become the part of Kotagede itself. Thus researchers interested in studying the promotional strategies used Kanthil Foundation to attract tourists to visit Kotagede. The study was aimed to describe the promotional strategies undertaken Kanthil Foundation to attract tourists to visit Kota Gede as cultural heritage tourism area. So this research uses descriptive research method that is the data collected in the form of words, pictures, and not the numbers, this is because by the application of qualitative. This was a case study on promotional strategies of Kanthil Foundation to attract tourists visiting Kotagede as a cultural heritage tourism area. This study aims to describe a case in point is the promotional strategy will be undertaken by the Foundation Kanthil which aims to attract tourists to visit Kotagede with techniques of data collection using a literature study and interviews. To attract tourists to visit Kotagede Kanthil Foundation choose to use a promotional strategy by utilizing the four promotional mix: advertising, public relations and publicity, sales promotion, and personal selling. However, the results of promotion by the Kanthil Foundation have not obtained satisfactory results seen from the many promotional activities that are not sustainable, the number of tourists is not yet stable, so in attracting tourists to visit the Kotagede still can not achieve the desired results.

Keynote : Promotion Strategy, Tourism, Cultural Heritage, Kotagede