

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Muchlas Marsaoly
20060530180**

**STRATEGI PROMOSI CV SABANA MULTI KARYA MAGELANG DALAM
MENINGKATKAN WISATA ARUNG JERAM TAHUN 2010-2012**

Tahun Skripsi : 2013. xi + 88 hal + 13 lampiran

Daftar Kepustakaan: 20 buku (1992-2009)

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan strategi promosi CV. Sabana Multi Karya Magelang dalam memperkenalkan wisata arung jeram tahun 2010-2012. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan strategi promosi yang dilakukan CV. Sabana untuk memperkenalkan wisata arung jeram.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek yang diteliti merupakan strategi promosi CV. Sabana Multi Karya dalam meningkatkan wisata arung jeram. Data yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan mengumpulkan data, menyajikan data dan menyimpulkan data.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam melaksanakan strategi promosi CV. Sabana Multi Karya mengkoordinasikan seluruh proses komunikasi pemasaran. Promosi dengan menggunakan periklanan melalui media cetak, media elektronik dan media luar ruang. Kegiatan promosi yang dirasakan memiliki dampak cukup besar untuk meningkatkan minat wisata arung jeram adalah promosi dari mulut ke mulut. Promosi ini dilakukan dengan pendekatan market experience, yaitu dengan cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan sehingga pelanggan mempunyai pengalaman yang baik ketika menggunakan jasa wisata arung jeram.

Kata Kunci : strategi kreatif, program acara, minat penonton

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Studies
Concentration Advertising
Muchlas Marsaoly
20060530180

MULTI STRATEGY WORKS PROMOTION CV SABANA MAGELANG
INCREASE IN YEAR 2010-2012 RAFTING

Thesis Year : 2013. xi + 88 + 13 attachment

Resource Library : 20 books (1992-2009)

This study discusses how the implementation of promotional strategies CV . Multi Sabana Magelang work in introducing rafting tour in 2010-2012 . The purpose of this study is to describe the implementation of promotional strategies undertaken CV . Sabana to introduce white water rafting .

The method used in this research is descriptive qualitative research method . The object under study is a promotional strategy CV . Multi Sabana work in raising white water rafting . Data were collected by interview , observation , library research and documentation . Data analysis techniques to gather data , present the data and concluded the data .

The results showed that in implementing promotional strategies CV . Multi Sabana work coordinating all marketing communications process . Promotion of the use of advertising through print media , electronic media and outdoor media . Promotional activities are perceived to have a large enough impact to increase interest in white water rafting is by word of mouth promotion . This promotion is conducted by eksperience marklet approach , that is by giving the best service to customers so that customers have a good experience when using the services of white water rafting .

Keywords : creative strategies , programs , audience interest