

## ABSTRAKSI

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi Advertising**  
**Galuh Ratna Belli Yoga (20040530050)**  
**Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten**  
**Karangasem Galam Menarik Minat Wisatawan Domestic Dan Mancanegara**  
**Di Karangasem Bali**  
Tahun skripsi 2009: 150 Halaman + 3 halaman tabel. Daftar Kepustakaan :24  
Buku + 5 Sumber online + 2 orang sebagai nara sumber .

Karangasem merupakan kawasan wisata yang tidak bisa dipandang sebelah mata, Karangasem memiliki 15 obyek wisata unggulan yaitu : Bukit Jambul, Putung, Iseh, Sibetan, Puri Agung Karangasem, Taman Ujung, Taman Tirtagangga, Tenganan, Candidasa, Besakih, Kebun Salak Sibetan, Padang Bai, Jemeluk, Tulamben, dan Telaga Waja. Dari data tahun 2007 pariwisata Karangasem masih berada dibawah bayang-bayang Bali bagian selatan dan kawasan lain di Bali bagian tengah (Ubud dan Kintamani). Tahun 2007 tingkat hunian hotel salah satu wisata pantai Karangasem (Candidasa) baru mencapai sekitar 50%, angka ini jauh berada di bawah kawasan Bali lain yang rata-rata bisa mencapai sekitar 90% sepanjang tahunnya. Hal tersebut secara otomatis dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke sejumlah objek pariwisata di Karangasem dan besar kecilnya Pendapatan Asli Daerah Kabupaten (PAD) Karangasem, untuk itu Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem melakukan strategi atau upaya promosi demi meningkatkan minat kunjungan wisatawan domestic dan mancanegara di Kabupaten Karangasem Bali. Dengan demikian penulis melakukan penelitian mengenai strategi promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Karangasem Dalam Menarik Minat Wisatawan Domestik Dan Mancanegara Di Karangasem Bali. Dari hasil penelitian dapat diketahui strategi promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Karangasem adalah dengan mengenalkan pariwisata Karangasem pada khalayak luas (masyarakat). Dalam penerapan strategi promosinya Dinas Pariwisata Karangasem menggunakan empat bentuk bauran promosi yaitu: *advertising, personal selling, sales support, dan public relations*. Alasan penerapan strategi promosi tersebut antara lain dapat memberikan informasi lebih detail tentang pariwisata Karangasem, menampilkan gambar bergerak dan audio yang dapat menarik orang untuk melihat, dapat difungsikan sebagai juru bicara perusahaan pada pihak lain, serta dapat digunakan untuk memperkenalkan *tourist destination*