

ABSTRAKSI

Pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang pemasukan perekonomian di daerah Kabupaten Kulonprogo. Pantai Glagah merupakan salah satu obyek wisata yang ditawarkan di Kulonprogo yang menampilkan keindahan alam pantai dengan cirikhas obyek wisata olahraga pantai, sehingga menurut karakteristik dan spesifikasinya Pantai Glagah terbagi menjadi 5 area, diantaranya: area pantai, area laguna, area perkebunan atau pertanian, area perkemahan atau *Camping Ground* dan *area event* olahraga serta didukung dengan beberapa fasilitas sarana dan prasarana yang diantaranya meliputi: Hotel, *Restaurant*, Area parkir, Tempat Pelelangan ikan, Lapangan Volley Pantai, Kiara Pandang, Panggung hiburan, MCK, Masjid, Lapangan Golf, Pemancingan dan lain-lain. Hal ini yang memotivasi Dinas Pariwisata Untuk lebih giat menjalankan Promosi Pantai Glagah upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Namun demikian jumlah pengunjung di Pantai Glagah masih belum sesuai target yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah, hal ini yang mendasari penelitian untuk mengungkap bagaimana strategi Promosi Obyek Wisata Pantai Glagah yang dijalankan Dinas Pariwisata Kabupaten Kulonprogo Upaya Peningkatan Jumlah Pengunjung.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan sifat suatu keadaan yang terjadi berdasarkan fakta-fakta saat sekarang. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder, adapun teknik pengumpulan data memakai empat cara yaitu: Observasi, Wawancara, Study pustaka dan Dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif secara lisan atau tertulis dan perilaku orang yang dapat diamati secara langsung.

Pembahasan yang dilakukan setelah menganalisis dari perolehan data saat penelitian menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kulonprogo dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung di Pantai Glagah adalah menggunakan empat bauran promosi bidang pariwisata, yaitu: *Advertising* dalam bentuk media cetak (surat kabar, majalah), media luar ruang (billboard, spanduk, baliho) dan media elektronik berupa (Radio, Televisi dan Internet); *Sallest Suport* berupa(leaflet, brosur, *kalender of event, guide book* dan VCD); *Public Relations* dalam bentuk(*Festival, Event, Press Release, Atmosphere* dan Pameran); dan yang terakhir yaitu *salest promotion* memilih media Wisata berhadiah. Alasan serta hal-hal yang melatarbelakangi menggunakan empat bauran media promosi ini diantaranya dapat memberikan informasi secara detail, memungkinkan pemilihan tempat yang dianggap strategis, menampilkan gambar bergerak dan suara secara bersamaan/*audio visual*, mapu menjangkau *audience* tingkat mancanegara serta dapat merangsang public untuk melakukan kunjungan wisata secara berkesinambungan sehingga di harapkan jumlah pengunjung obyek wisata Pantai Glagah meningkat sesuai target yang di tetapkan Pemerintah Daerah