

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Clara Fredlina
44312010008

Strategi Promosi DKI Jakarta Dalam Menarik Minat Wisatawan Mancanegara Tahun 2015

Jumlah Halaman: V + 84 halaman+19 Lampiran

Bibliografi: 23 Acuan, Tahun 2002-2014

ABSTRAK

Strategi Promosi penting dilakukan bagi sebuah lembaga ataupun perusahaan yang bertujuan untuk tetap dapat bersaing terlebih lagi di Industri pariwisata, Jakarta sebagai Ibukota Negara Indonesia harus mampu tampil terdepan untuk siap menghadapi persaingan pariwisata oleh negara – negara lain di dunia khususnya di ASIA.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui Strategi Promosi yang di buat oleh Dinas Pariwisata DKI Jakarta untuk menari minat wisatawan mancanegara dengan menggunakan landasan teori Strategi Promosi yang ada di dalam buku Kotler yaitu *marketing management* edisi 14 tahun 2012.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi Dinas Pariwisata DKI Jakarta dalam menarik minat wisatawan mancanegara.meliputi penetapan STP, penetapan SWOT serta strategi – strategi yang dilakukan dan penggunaan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan promosi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tools promosi yang paling dominan di jalakan oleh Dinas Pariwisata DKI Jakarta adalah kegiatan event – event yang dilakukan di Jakarta, baik event yang dilakukan secara personal oleh Dinas Pariwisata maupun bekerjasama dengan pihak lain.