

## INTISARI

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui upaya promosi yang dijalankan oleh Divisi Pemasaran dan Penjualan Unit Teater dan Pentas PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Ramayana *Ballet* Prambanan. Pada penelitian ini, jenis penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatoris, wawancara dan dokumentasi. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara tidak terstruktur, sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini menerangkan bahwa Divisi Pemasaran dan Penjualan Unit Teater dan Pentas PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko menggunakan promosi berupa Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan, Pemasaran Langsung & Digital, dan Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan Ramayana *Ballet* Prambanan. Media promosi yang digunakan adalah koran, majalah, televisi, radio, brosur, media sosial, papan reklame, trem, dan papan kalender. Dalam penerapannya, Divisi Pemasaran dan Penjualan masih menemukan kendala seperti kurangnya koordinasi antara kantor pusat PT. TWC dengan Unit Teater dan Pentas serta terbatasnya sumber daya manusia pada Divisi Pemasaran dan Penjualan.

**Kata Kunci : Promosi, Ramayana *Ballet* Prambanan, Unit Teater dan Pentas.**

## ABSTRACT

*The purpose of this research was to knowing the promotional efforts undertaken by the Marketing and Sales Division of Theater and Performance Units of PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko to increase interest in tourist visits at Ramayana Ballet Prambanan. In this study, the type of research applied is descriptive qualitative, with data collection technique through participant observation, interview and documentation. The types of data used are primary data and secondary data. The Primary data were obtained through observations and unstructured interview, and secondary data were obtained from documentation. The results of this study indicate that the Marketing and Sales Division of Theater and Performance Unit PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko use promotions such as Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Direct & Digital Marketing, and Public Relations to increase the interest of tourists visiting the Ramayana Ballet Prambanan. The promotional media used are newspapers, magazines, television, radio, brochures, social media, billboards, trams, and calendar boards. In its implementation, the Marketing and Sales Division still encounter obstacles such as lack of coordination between the head office of PT. TWC with Theater and Performance Unit and limited human resources in the Marketing and Sales Division.*

***Keywords : Promotion, Ramayana Ballet Prambanan, Theater and Performance Unit.***