

ABSTRAK

Laporan akhir ini bertujuan membahas bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menjadikan acara Gunungkidul Tourism Festival 2019 sebagai strategi dan media promosi untuk mempromosikan produk lokal Gunungkidul. Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melakukan observasi langsung melalui Praktek Kerja Lapangan selama dua bulan dari 18 Maret 2019 hingga 20 Mei 2019 di Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dan menjadi partisipan dalam acara Gunungkidul Tourism Festival 2019. Metode lain adalah melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dan Ketua Panitia Gunungkidul Tourism Festival 2019. Metode selanjutnya yang dilakukan adalah dengan mengambil data melalui berbagai sumber antara lain buku, buku elektronik, website, dan jurnal elektronik. Data yang didapatkan dikelompokkan sesuai tujuan penelitian dan disajikan secara detail dalam deskripsi menggunakan bahasa Inggris dengan dukungan foto, bagan dan tabel. Gunungkidul Tourism Festival 2019 terbagi menjadi beberapa kegiatan seperti festival makanan tradisional, festival kerajinan tradisional, festival coklat, fashion show dan pertunjukan musik jazz yang menampilkan dan mempromosikan produk lokal Gunungkidul. Manfaat yang didapat dari Gunungkidul Tourism Festival 2019 dibagi menjadi tiga yaitu manfaat untuk Dinas Pariwisata Gunungkidul yang mendapat kepercayaan dan kepedulian oleh masyarakat karena menyelenggarakan event ini, manfaat untuk masyarakat lokal yang mendapat keuntungan karena produknya dipromosikan dan dipasarkan, lalu manfaat untuk masyarakat luas adalah mendapat pengetahuan mengenai Gunungkidul. Berdasarkan hasil observasi dan studi pustaka, kegiatan Gunungkidul Tourism Festival 2019 dapat mempromosikan produk lokal Gunungkidul kepada masyarakat luas.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Gunungkidul Tourism Festival 2019

ABSTRACT

This final paper aims to discuss how the Gunungkidul Tourism Office has made the Gunungkidul Tourism Festival 2019 a strategy and media campaign to promote Gunungkidul local products. The method of data collection that writer did was by conducting direct observations through the two-month Field Work Practice from March 18, 2019, to May 20, 2019, at the Gunungkidul Tourism Office and becoming a participant in the Gunungkidul Tourism Festival 2019. The next method was conducting interviews with the Head of Promotion Section and Marketing of the Gunungkidul Tourism Office, Head of the Gunungkidul Tourism Office, and Chairperson of the 2019 Gunungkidul Tourism Festival Committee. The next method was taking data through various sources including books, electronic books, websites, and electronic journals. The data obtained were grouped according to objectives and presented in detail in the description using English with the support of photos, charts, and tables. Gunungkidul Tourism Festival 2019 was divided into several activities such as traditional food festival, traditional craft festival, chocolate festival, fashion shows and jazz music performances which showcase and promote local products from Gunungkidul. The benefits of Gunungkidul Tourism Festival 2019 are divided into three, first benefits for the Gunungkidul Tourism Office, which gained trust and concern for the community for organizing this event, second, benefits for local communities who got benefit because their products are promoted and marketed, then the benefits to the wider community which gained knowledge about Gunungkidul. Based on the results of observations and literature studies, the Gunungkidul Tourism Festival 2019 activities can promote Gunungkidul local products to the wider community.

Keywords: Strategy, Promotion, Gunungkidul Tourism Festival 2019