

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk membahas Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman meliputi sejarah, profil, serta strategi yang dilakukan Dinas Kebudayaan untuk mempromosikan salah satu program besarnya yaitu Sleman Gummyak 2020. Dalam menulis tugas akhir ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi langsung selama dua bulan saat magang dan juga melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Kesenian yaitu Bapak Drs. Siswanto dan coordinator Sleman Gummyak 2020 Bapak Feriyanto. Setelah melakukan observasi, Sleman Gummyak merupakan promosi terintegrasi yang dilaksanakan atas kerja sama 7 OPD (Organisasi Perangkat daerah) Kabupaten Sleman yang bertujuan untuk mempromosikan acara dari masing-masing OPD yang dijadikan satu rangkaian acara yaitu Sleman Gummyak 2020. Sleman Gummyak yang berisi berbagai macam kegiatan seperti pameran UMKM, festival kesenian, *workshop*, demo produk lokal, festival kuliner, promosi kopi, serta lomba *band* diharapkan mampu meningkatkan produk lokal agar mampu bersaing. Fokus tugas akhir ini adalah pada strategi yang digunakan Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman dalam mempromosikan Sleman Gummyak 2020. Berdasarkan observasi penulis, didapatkan hasil bahwa strategi Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman dalam mempromosikan Sleman Gummyak 2020 yaitu membuat konten informasi, membuat rangkaian acara, dan melakukan promosi. Dalam melakukan promosi ini, Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman memiliki dua saluran komunikasi yaitu saluran komunikasi personal dan saluran komunikasi non-personal. Saluran komunikasi personal yang dipakai adalah komunikasi dari mulut ke mulut, dan pesan WhatsApp sedangkan saluran komunikasi non-personal adalah poster, layar monitor raksasa, dan sosial media. Saluran komunikasi personal efektif dalam mempromosikan Sleman Gummyak 2020.

Kata kunci: Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman, strategi promosi, Sleman Gummyak 2020

ABSTRACT

This final project was carried out in order to discuss about Dinas Kebudayaan include the history, profile and promotion strategies undertaken by Dinas Kebudayaan to promote one of its major programs named Sleman Gumyak 2020. To write in this final project, the method used was a qualitative method by observing directly for two months during the internship and also conducted interviews with Drs. Siswanto as a head of Art Division and Mr. Feriyanto, the coordinator of Sleman Gumyak 2020. After observation, Sleman Gumyak is an integrated promotion carried out in collaboration with 7 OPD (Regional Government Organizations) Sleman Regency which aims to promote the events of each OPD which are transformed into a series of events namely Sleman Gumyak 2020. Sleman Gumyak which contains various schedule such as UMKM exhibition, Art Festival, workshop, demonstration of local products, culinary festival, coffee promotion and group competition should be able to improve local products to be competitive. The objective of this thesis is on the strategies used to promote Dinas Kebudayaan and Sleman Gumyak 2020. Dinas Kebudayaan has a strategy which are creating informational content, creating profitable event for attendees, creating parade route, and doing promotion. To carry out this promotion, Dinas Kebudayaan has two communication channels, which are personal communication channels and non-personal communication channels. The personal communication used are word of mouth and WhatsApp messenger and for the non-personal communication channels the committee used poster, giant screen, and social media. The personal communication channels are effective in promoting Sleman Gumyak 2020.

Keywords: Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman, promotion strategy, publication.