

INTISARI

Kabupaten Ngawi memiliki beragam potensi wisata. Dalam 10 tahun terakhir, Pemerintah Kabupaten Ngawi gencar mengembangkan potensi-potensi wisata tersebut melalui sejumlah program. Salah satunya adalah *Visit Ngawi 2017*, yang bertujuan untuk meningkatkan angka kunjungan wisatawan. Dengan adanya beragam potensi wisata dan usaha pengembangan pariwisata, ditambah kelebihan posisi strategis Ngawi yang merupakan jalur perlintasan utama dari Jawa Tengah menuju Jawa Timur, sangat memungkinkan bagi pariwisata Ngawi untuk berkembang pesat. Maka dari itu, Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Ngawi perlu melakukan kegiatan promosi yang tepat salah satunya melalui media promosi. Brosur merupakan media promosi yang paling mudah dan sering digunakan, serta memiliki kredibilitas tertinggi dibanding media lainnya. Selain itu brosur pariwisata Ngawi adalah media promosi yang masih aktif digunakan hingga saat ini dan masih akan terus mengalami pengembangan. Maka perlu diadakan kajian melalui respon wisatawan yang dapat digunakan sebagai rekomendasi pengembangan media promosi wisata khususnya brosur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon wisatawan terhadap konten brosur dan terhadap media brosur sebagai alat promosi melalui model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Dengan menggunakan metode kuantitatif dan model analisis deskriptif, penelitian ini memaparkan hasil skoring jawaban responden yang kemudian dianalisis supaya dapat memberikan rekomendasi pengembangan brosur.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan memberikan respon positif terhadap konten brosur. Sebagai alat promosi, wisatawan setuju bahwa brosur pariwisata Ngawi mampu menarik perhatian, mendorong minat untuk mengetahui informasi di dalamnya, membangkitkan keinginan untuk melakukan sesuatu, dan cukup setuju bahwa brosur pariwisata Ngawi mampu menghasilkan tindakan.

Kata kunci: respon wisatawan, brosur, promosi pariwisata, pariwisata Ngawi

ABSTRACT

Ngawi has various tourism potential. In the last 10 years, the local government has been incessantly developing those tourism potential by some programs. One of them is called Visit Ngawi 2017 which is aimed for increasing the number of visitors. Considering the various tourism potential, the local government's effort for development, and also Ngawi's strategic location which is at the main road from Central Java to East Java, tourism in Ngawi has the possibilities to grow rapidly. Therefore Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olah Raga Ngawi need to promote tourism and one of the ways is by creating promotional tools. The easiest and most frequently used is brochure. It is the most credible promotional tool that is still actively used until now and will keep developing in the future. Thus, a study about tourists' response on brochures was necessary to provide recommendation for promotional tool development.

The purpose of this study is to determine tourists' response on the brochures' content and on brochures as a promotional tool through AIDA model (Attention, Interest, Desire Action). Using quantitative method, this study shows the scoring result of the respondents' answers that is analyzed in order to provide recommendation for brochures development.

The result shows that tourists gave positive responses on the brochures' content. As a promotional tool, the tourists agreed that tourism brochures of Ngawi are able to draw attention, encourage the interest to know the informations more and raise willingness to do further promotional activities. They also quite agreed that the brochures are able to generate actions.

Keywords: tourists' response, brochure, tourism promotion, tourism in Ngawi