

INTISARI

Dengan berkembangnya pariwisata di Yogyakarta, maka meningkat pula wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Banyak yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang menarik di Yogyakarta. Oleh karena itu dibutuhkan strategi promosi yang tepat, seperti yang dilakukan Dagadu Djokdja untuk menarik wisatawan sebagai tempat wisata alternatif dalam hal ini cinderamata yang ikonik.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi target pasar Dagadu Djokdja, strategi promosi yang dilakukan Dagadu Djokdja dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan kendala apa saja yang dihadapi Dagadu Djokdja. Penelitian ini dilakukan dengan prosedur mengumpulkan data, pengolahan data, kemudian ditarik kesimpulan untuk menjawab persoalan pada rumusan masalah.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari Tugas Akhir ini adalah target pasar Dagadu Djokdja warga Yogyakarta dan wisatawan luar daerah, strategi promosi yang dilakukan oleh Dagadu Djokdja antara lain dengan publitas di lokasi strategis dan memasang iklan di media cetak dan elektronik. Kemudian Dagadu Djokdja menemui beberapa kendala baik dari luar maupun kendala dari dalam.

Kata kunci : pariwisata, strategi promosi, dagadu djokdja

ABSTRACT

The development of tourism in Yogyakarta rises number of tourist. Many tourist, local and foreign visit some tourism area. The exact promotion strategy has been needed. Dagadu Djokdja has the promotion strategy to rise the number of tourist and the store becomes an interesting tourism place, specially for iconic souvenirs.

This final paper has been made to find out market target of Dagadu Djokdja, promotion strategy of the store to increase number of tourist and the problem. The research used data method, data processing, and the conclusion to answer the question of problem formulation.

The conclusion of this paper such market target of Dagadu Djokdja, local tourism from Yogyakarta and other places, promotion strategy such as publicity in strategic location and media promotion, newspaper or electronic. Dagadu Djokdja also find the problem, internal and external.

Keyword : tourism, promotion strategy, dagadu djokdja