



## 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 Purawisata.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi target pasar Purawisata, strategi promosi yang dilakukan Ramayana Ballet Purawisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan kendala apa saja yang dihadapi Purawisata. 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 yang menjadi target pasar Purawisata yaitu wisatawan asing, mahasiswa atau pelajar yang terakhir adalah wisatawan domestik, strategi promosi yang dilakukan oleh Purawisata antara lain adalah memberikan brosur ke hotel, *salles blitz*, *coffee morning*, dan *salles force*. Kemudian Purawisata menemui beberapa kendala baik dari luar maupun kendala dari dalam.

Kata kunci : pariwisata, strategi promosi



## ***ABSTRACT***

*With the development of tourism in Yogyakarta, then also increase tourists visiting Yogyakarta. And many who want to visit places of interest in Yogyakarta. Therefore, it needs appropriate promotional strategies, as did Purawisata.*

*This final project aims to find out who the target market Purawisata, promotional strategies in doing Ramayana Ballet Purawisata in increasing tourist arrivals and any constraints faced Purawisata. This research was conducted with the procedure of collecting data, processing the data, then drawn conclusions to answer the question on the formulation of the problem.*

*The conclusion that can be drawn from this final project is the target market, namely Purawisata foreign tourists, students and past students are domestic tourists, promotion strategies undertaken by Purawisata among others, is to give the brochure to the hotel, salles blitz, coffee morning, and salles force. And Purawisata encountered several obstacles both from outside and from within the constraints.*

*Keywords: tourism, promotion strategy*