

INTISARI

Di zaman sekarang ini, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia pada umumnya. Dalam bidang pariwisata, media sosial tidak luput menjadi salah satu faktor pendorong manusia untuk melakukan kegiatan wisata. Hal ini kemudian menjadi kesempatan bagi Kids Fun Parcs Yogyakarta untuk melakukan promosi salah satu wahana unggulannya, yaitu Yogya Gokart.

Promosi salah satunya adalah untuk mengingatkan, mengajak, ataupun menginformasikan pada masyarakat tentang suatu produk. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan adalah salah satu kunci sukses atau tidaknya suatu produk. Promosi melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang coba dilakukan oleh Kids Fun Parcs Yogyakarta.

Penulisan tugas akhir ini menggunakan metode penelitian, observasi dan partisipatoris, wawancara dengan narasumber, dan studi pustaka untuk mengumpulkan data. Penulis kemudian akan menganalisis, menyusun dan mengolah data yang ada untuk ditarik kesimpulannya.

Dari ulasan-ulasan yang ada dapat disimpulkan bahwa Yogya Gokart merupakan salah satu wahana unggulan di Kids Fun Parcs Yogyakarta, dan Kids Fun Parcs menghadapi kendala seperti masih sedikitnya para pengguna media sosial untuk mengikuti akun media sosial Kids Fun Parcs, dan juga target yang dituju oleh Kids Fun Parcs masih belum menemui sasaran.

Kata kunci : Media sosial, Promosi, Yogya Gokart, Kids Fun Parcs Yogyakarta.

ABSTRACT

Nowadays, social media has been part of human life in general. In the tourism and social media encountered is one factor driving known to tourism activity. This in turn be a chance for Kids Fun Parcs Yogyakarta to promote one of the favorite spacecraft, namely Yogya Gokart.

Promotion one of them is to remind , call , or inform to public about a product. Hence, promotion executed is one of the key to successfully or failure a product. Promotion by social media being one strategy try done by Kids Fun Parcs Yogyakarta .

This thesis written using research method , observation and participatory , interviews with speakers, and the literature study to collect the data. Writer will then analyze, composing and processing the data there is to be drawn in conclusion.

From this thesis will be concluded that gokart who is one of the superior vehicle in Kids Fun Parcs Yogyakarta, Kids Fun Parcs difficulty as to still at least users social media to follow social media accounts Kids Fun Parcs, and also the intended target by Kids Fun Parcs still not meet target.

Keywords : Social Media, Promotion, Yogya Gokart, Kids Fun Parcs Yogyakarta.