

## ABSTRACT

Tourism sector is one of the potential economy sources for Indonesia and also Yogyakarta City. Yogyakarta City is one of city destinations for the tourists both domestic and international. The attractions are spread of the city. It is consists of history and culture, museum, education, culinary, shopping, tourism village, and ceremony. From the promotion activities has been conducted by Tourism and Culture Office Yogyakarta City Government is needs to know the level of effectiveness by tourists' perception.

This research is discussed about international and domestic tourists perception related with the effectiveness of promotion activities has been conducted by Tourism and Culture Office Yogyakarta City Government. Descriptive research is used in this research as research method. The purpose of this research is to determine perceptions related with the effectiveness of promotional strategies has been conducted by Tourism and Culture Office Yogyakarta City Government as systematic, factual and accurate.

The result of this research is to indicate the level of effectiveness perceived by international and domestic tourists related with the effectiveness of promotion strategies have been conducted by the Tourism and Culture Office Yogyakarta City Government is enough effective. Although there are some of suggestions in this topic. Meanwhile, it is caused by a lack of range spread of the promotion media and contents which are carried out by Tourism and Culture Office Yogyakarta City Government. The strategy can be said effective because able to improve number of tourists every year.

**Keywords:** *Promotion Strategy, Effectiveness, Tourists, Perception.*

## ABSTRAK

Sektor pariwisata adalah salah-satu sumber potensial ekonomi untuk Indonesia dan juga Kota Yogyakarta. Atraksi dan destinasi tersebar dikota ini. Kota Yogyakarta adalah sala-satu kota bagi wisatawan asing dan domestik. Kota Yogyakarta terdapat sejarah dan budaya, museum, pendidikan, kuliner, belanja, desa wisata dan upacara tradisional. Dari kegiatan promosi yang telah diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Yogyakarta penting untuk mengetahui level dari efektifitas melalui persepsi wisatawan.

Penelitian ini mendiskusikan tentang persepsi wisatawan asing dan domestik tentang efektifitas strategi promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Yogyakarta. Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi dari wisatawan tentang efektifitas strategi promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Yogyakarta secara sistematis, faktual dan akurat.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengindikasi bahwa tingkat efektifitas yang diterima oleh wisatawan asing dan domestik tentang efektifitas strategi promosi yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Yogyakarta adalah cukup efektif. Meskipun ada beberapa saran dalam penelitian ini. Sementara, ini disebabkan oleh kurang tersebar nya media promosi dan konten yang diemban oleh oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Yogyakarta. Strategi itu efektif karena bisa meningkatkan jumlah wisatawan setiap tahun.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Efektifitas, Wisatawan, Persepsi,*