

ABSTRAK

Desa Wisata Bobung merupakan desa wisata yang berada di Desa Putat, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa wisata Bobung ini bermata pencaharian pengrajin batik kayu dan topeng. Desa Wisata Bobung tidak hanya memiliki wisata kerajinan, tetapi terdapat banyak ragam wisata di dalamnya. Badan Pengelola Desa Wisata (BPDW) Bobung dituntut untuk dapat menentukan penggunaan saluran komunikasi yang efektif. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi dan evaluasi dari BPDW Bobung dalam melakukan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara mendalam kepada Ketua BPDW Bobung beserta divisi pemasaran dan promosi BPDW Bobung sebagai *key informan*, dan beberapa responden lainnya sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BPDW melalui iklan yaitu radio, tv, dan *internet, signboard, billboard*, umbul-umbul dan *leaflet*, penjualan personal melalui sales yang berasal industri kerajinan dan pameran, promosi penjualan melalui potongan harga, pemasaran langsung melalui telepon, *sms, email*, dan BBM, tetapi untuk kegiatan hubungan masyarakat belum dilakukan secara terencana dan belum ada divisi PR dalam pengelolaan BPDW Bobung. Meski telah terjadi kegiatan komunikasi pemasaran di BPDW Bobung tetapi hal ini belum dapat dikatakan maksimal karena BPDW Bobung belum mengevaluasi kegiatan komunikasi pemasarannya secara rutin. Maka kesimpulannya adalah BPDW Bobung telah melakukan komunikasi pemasaran hanya saja perlu dimaksimalkan lagi misalnya dengan pendampingan khusus dari pihak Perguruan Tinggi dan BPDW Bobung harus melakukan pelatihan *softskill* dan *hardskill* sehingga mampu mengoptimalkan dukungan dari luar seperti dukungan promosi dari Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Gunungkidul dan dukungan dari PT. Angkasa Pura 1 Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta dengan membuat event-event budaya agar dapat dikenal luas oleh masyarakat dan dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Kata kunci : **komunikasi pemasaran, bauran promosi, desa wisata, pariwisata.**

ABSTRACT

Bobung Tourism Village is a tourist village located in the Village Putat, District Patuk, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. This tourist village Bobung livelihood wooden batik craftsmen and masks. Tourism Village Bobung not only possess the craft tour, but there are many kinds of travel in it. Badan Pengelola Desa Wisata (BPDW) Bobung required to be able to determine the use of effective communication channels. The purpose of this study was conducted to determine the implementation and evaluation of BPDW Bobung in conducting marketing communications in increasing the number of tourists. This type of research is a descriptive study, the type of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques using observation and in-depth interview to the Chairman of BPDW Bobung along with the marketing and promotion division BPDW Bobung as key informants, and several other respondents as informants as well as to test the validity of the data. Research shows that marketing communication is done by BPDW through advertising that is radio, tv, and internet, signboard, billboards, banners and leaflets, personal selling through craft sales originating and exhibition industry, the promotion of sales through price cuts, direct marketing by phone, sms, email, and fuel, but for public relations activities has not been done in a planned and no PR division in BPDW Bobung manageability. Although there has been a marketing communication activities in BPDW Bobung but it can not be said to be the maximum because BPDW Bobung not yet evaluated its marketing communications activities on a regular basis. Then the conclusion is BPDW Bobung has done just that marketing communications should be maximized again for example with special assistance from the Universities and BPDW Bobung should conduct soft skills and hard skills training so as to optimize the external support such as promotional support from the Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Gunungkidul and support of PT . Angkasa Pura Bandar Udara 1 Adisucipto Yogyakarta to make cultural events to be known by the people and can increase the number of tourists.

Keywords: marketing communications, promotions mix, tourist villages, tourism.